

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN OJEK ONLINE
(Study Kasus: Pengguna Aplikasi Go-Jek Mahasiswa Universitas
Muhammadiyah Surakarta)**



TESIS

Disusun Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Magister
Jurusan Magister Manajemen Pada Sekolah Pasca Sarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh:
LINDA WIDYOWATI
P 100160076

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
FAKULTAS PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2018**

NOTA PEMBIMBING

Prof. Dr. HM. Wahyuddin, MS.

Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal: Tesis Saudari Linda Widyowati

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

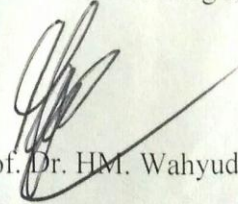
Nama : Linda Widyowati
NIM : P 100160076
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul : “Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen Ojek Online (Study Kasus: Pengguna Aplikasi Go-Jek Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu ‘alaikum wr. wb.

Surakarta, 26 Desember 2018

Pembimbing I.



Prof. Dr. HM. Wahyuddin, MS.

NOTA PEMBIMBING

Dr. Muzakar Isa, SE.,Msi

Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Nota Dinas

Hal: Tesis Saudari Linda Widyowati

Kepada Yth.

Ketua Program Studi Magister Manajemen
Sekolah Pascasarjana
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Assalamualaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, mengoreksi dan mengadakan perbaikan terhadap tesis saudara:

Nama	: Linda Widyowati
NIM	: P 100160076
Konsentrasi	: Manajemen Pemasaran
Judul	: “Pengaruh <i>Word of Mouth</i> dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen Ojek Online (Study Kasus: Pengguna Aplikasi Go-Jek Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”

Dengan ini kami menilai tesis tersebut dapat disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian tesis pada Program Studi Magister Manajemen, Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Wassalamu ‘alaikum wr. wb.

Surakarta, 26 Desember 2018

Pembimbing II,

Dr. Muzakar Isa, SE.,Msi

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP MINAT KONSUMEN OJEK ONLINE
(Study Kasus : Pengguna Aplikasi Go-Jek Mahasiswa
Universitas Muhammadiyah Surakarta)**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh
LINDA WIDYOWATI
telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal 4 Januari 2019
dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

SUSUNAN DEWAN PENGUJI

Pembimbing I

Prof. Dr. H. M. Wahyuddin, M.S.

Pembimbing II

Dr. Muzakar Isa, S.E., M.Si.

Penguji

Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D.

Surakarta, 16 Januari 2019

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Sekolah Pascasarjana
Direktur,



Prof. Dr. Bambang Sumardjoko, M.Pd.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Linda Widyowati

NIM : P 100160076

Program Studi : Magister Manajemen

Konsentrasi : Pemasaran

Judul : “Pengaruh *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen Ojek Online (Study Kasus: Pengguna Aplikasi Go-Jek Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya serahkan ini benar-benar hasil karya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan-ringkasan yang saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti tesis ini jiplakan, gelar yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 26 Desember 2018

Yang membuat pernyataan,



Linda Widyowati

MOTTO

“For indeed, with hardship [will be] ease.”

[Quran, 94:5]

“The best asset is patience in difficulty.”

– Hazrat Ali (RA)

“For every struggle you face, Allah is sending multiple blessings on you, so remember Allah during times of hardship.”

– Dr. Bilal Philips

“Sungguh, Kami benar-benar akan menguji kamu sekalian agar Kami mengetahui orang-orang yang berjuang dan orang-orang yang sabar di antara kamu sekalian.”

[QS. Muhammad : 31]

“Never give up because you never know what the tide will bring in the next day.”

– Tom Hanks

PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan untuk :

1. Untuk kedua orang tuaku, ibu Sri Widayati dan bapak Suyono
2. Untuk adikku Funny
3. Untuk semua pihak yang telah membantu dalam pengerjaan tesis ini
4. Pembaca yang budiman

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh *Social Media* pada Pembentukan *Word of Mouth* dan Kualitas Pelayanan terhadap Minat Konsumen Ojek Online, studi kasus dilakukan di Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk mahasiswa pengguna aplikasi *Go-Jek*.

Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 mahasiswa dengan menggunakan kuesioner untuk pengumpulan data. Teknik analisa data menggunakan Analisis Path.

Media sosial memiliki hubungan yang sangat erat terhadap *word of mouth* dan kualitas pelayanan, dimana dari hasil penelitian disebutkan bahwa *word of mouth* dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap minat konsumen. Sehingga dengan *word of mouth* dan kualitas pelayanan yang baik tentu memberikan gambaran citra perusahaan yang baik melalui media sosial maka konsumen tentu akan memberikan *feedback* yang baik dengan minat mereka menggunakan ojek online melalui media sosial tersebut.

Kata kunci: *Word of Mouth*, Kualitas Pelayanan, Minat Konsumen, dan Media Sosial.

ABSTRACT

This study aims to analyze the Effect of Social Media on the Formation of Word of Mouth and Service Quality on the Interest of Consumer Ojek Online, a case study was conducted at Muhammadiyah University of Surakarta for students of Go-Jek application users.

The sample in this study amounted to 100 students using a questionnaire for data collection. Data analysis techniques use Path Analysis.

Social media has a very close relationship with word of mouth and service quality, where the results of the study indicate that word of mouth and service quality have an influence on consumer interest. So that with word of mouth and good service quality certainly gives a good picture of the company's image through social media, consumers will certainly provide good feedback with their interest in using motorcycle taxi online through social media.

Keywords: *Word of Mouth, Service Quality, Consumer Interest, and Social Media.*

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas penyusunan tesis dengan judul :
“PENGARUH *SOCIAL MEDIA* PADA PEMBENTUKAN *WORD OFMOUTH* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT KONSUMEN OJEK ONLINE (Study Kasus: Pengguna Aplikasi Go-Jek Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta)”

Tujuan tesis ini adalah untuk memperoleh gelar magister bagi mahasiswa program S-2 di pascasarjana program studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta. Penulis menyadari bahwa di dalam penulisan tesis ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi sempurnanya penulisan tesis ini.

Tesis ini selesai tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga penulis mengucapkan terimakasih kepada:

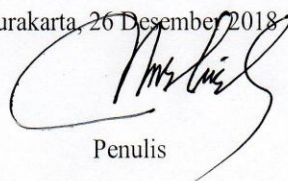
1. Bapak Dr. Sofyan Anif, M.Si., selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Sumardjoko, M.Pd., selaku Direktur Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Drs. Wiyadi, M.M.,Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.

4. Bapak Prof. Dr. HM. Wahyuddin, MS., selaku Pembimbing I yang berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu terselesainya tesis ini.
5. BapakDr. Muzakar Isa, SE.,M.Si., selaku Pembimbing II yang berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan membantu terselesainya tesis ini.
6. Seluruh dosen dan karyawan Pascasarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Surakarta.
7. Teristimewa kepada orang tua penulis bapak Suyono dan ibu Sri Widayati yang selalu mendoakan, memberi motivasi dan dukungan moril maupun materiil kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini.
8. Terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian tesis ini yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan penulis berharap semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca dan menjadi bahan masukan dalam dunia pendidikan.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Surakarta, 26 Desember 2018



Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
NOTA PEMBIMBING 1	ii
NOTA PEMBIMBING 2	iii
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	iv
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Perumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. <i>Word of Mouth (WOM)</i>	7
B. <i>Service Quality</i>	9

	C. Minat Konsumen	17
	D. Penelitian Terdahulu.....	18
	E. Pengembangan Hipotesis.....	20
	F. Model Penelitian.....	22
BAB III	METODE PENELITIAN	24
	A. Desain Penelitian	24
	B. Data dan Sumber Data.....	24
	C. Populasi dan Teknik Sampling	25
	D. Metode Pengumpulan Data	26
	E. Variabel Penelitian, Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran	27
	F. Uji Instrumen Penelitian.....	27
	1. Uji Validitas.....	27
	2. Uji Reliabilitas	28
	G. Teknik Analisis.....	28
	1. Uji Normalitas	28
	2. Analisis Regresi Linier Berganda	29
	3. Uji Hipotesis	30
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	35
	A. Diskripsi Responden.....	35
	B. Diskripsi Jawaban Responden.....	36
	1. <i>Word Of Mouth</i>	36
	2. Kualitas Pelayanan.....	37
	3. Minat Konsumen	38

	C. Uji Instrumen Penelitian.....	39
	1. Uji Validitas.....	39
	2. Uji Reliabilitas	41
	D. Uji Asumsi Klasik	42
	E. Hipotesis Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
	F. Uji Ketepatan Model	45
	1. Uji Koefisien Determinasi	45
	2. Uji F	45
	3. Uji Hipotesis (t)	46
	G. Pembahasan	47
BAB V	PENUTUP.....	49
	A. Kesimpulan.....	49
	B. Keterbatasan Penelitian	49
	C. Saran.....	49

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Variabel Penelitian, Definisi, Indikator dan Skala Pengukuran	27
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	36
Tabel 4.3	Variabel Kualitas <i>Word of Mouth</i>	36
Tabel 4.4	Variabel Kualitas Pelayanan.....	37
Tabel 4.5	Variabel Minat Konsumen	38
Tabel 4.6	Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel <i>Word of Mouth</i> ..	39
Tabel 4.7	Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan.....	40
Tabel 4.8	Korelasi Item Pertanyaan Terhadap Variabel Minat Konsumen.....	41
Tabel 4.9	Rangkuman Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	42
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolinieritas.....	43
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	43
Tabel 4.13	Rangkuman Hasil Uji Regresi Linier Berganda	44

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Model Komunikasi <i>Word of Mouth</i>	9
Gambar 2.2.	Kerangka Pemikiran Penelitian	22