

**PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH TERHADAP INTENSITAS  
PENGUNAAN ULANG APLIKASI GOJEK DENGAN KEPUASAN PELANGGAN  
SEBAGAI MEDIASI**

**(STUDI PADA PENGGUNA APLIKASI GOJEK KOTA SALATIGA)**

Oleh

**Dea Sanantha Dampi**

**912023010**



**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA  
SALATIGA  
1956  
2024**



## MOTTO

To know what life is worth, you have to risk it once in a while  
Jean Paul Sartre

Repositori Institusi | Universitas Kristen Satya Wacana  
repository.uksw.edu



## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan tulisan ini yang berjudul “Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-WOM) Terhadap Intensitas Penggunaan Ulang Aplikasi Gojek Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Mediasi (Studi Pada Pengguna Aplikasi Gojek Kota Salatiga)”. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Magister dalam Program Studi Manajemen di Universitas Kristen Satya Wacana. Saya menyadari bahwa penyusunan tulisan ini tidak terlepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dosen Pembimbing saya, Dr. Linda Kusuma, S.E.,M.M yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan saran yang sangat berharga selama proses penelitian ini. Keberhasilan tesis ini tidak lepas dari dedikasi dan kesabaran beliau dalam membimbing saya.
2. Teman-teman angkatan 46 Program Pasca Sarjana Magister Management serta keluarga yang selalu memberikan dukungan moral dan semangat. Terima kasih atas kesabaran dan pengertian selama proses penyelesaian tulisan ini.
3. Responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini. Tanpa keikutsertaan mereka, penelitian ini tidak mungkin terlaksana.
4. Semua pihak di Universitas Kristen Satya Wacana yang telah memberikan fasilitas serta dukungan dalam menyelesaikan studi ini.

Saya berharap tulisan ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat, baik bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang manajemen, maupun bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Akhir kata, saya menyadari bahwa tulisan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif sangat saya harapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Salatiga, 2024

Dea Sanantha Dampi

## Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap intensitas penggunaan ulang aplikasi Gojek di Kota Salatiga, dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. E-WOM telah menjadi salah satu faktor penting dalam membentuk persepsi serta keputusan pengguna terkait layanan digital, termasuk aplikasi transportasi *online*. Data dikumpulkan melalui survei yang melibatkan 150 pengguna layanan aplikasi Gojek di Kota Salatiga. Analisis data menggunakan metode analisis jalur untuk mengevaluasi hubungan antara variabel termasuk menguji pengaruh langsung dan tidak langsung antara variabel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel E-WOM memiliki pengaruh positif signifikan terhadap intensitas penggunaan ulang aplikasi demikian kepuasan pelanggan memiliki pengaruh signifikan terhadap intensitas penggunaan ulang aplikasi Gojek. Namun kepuasan pelanggan tidak berperan sebagai mediasi dalam hubungan tersebut. Dengan kata lain, pengguna cenderung meningkatkan intensitas penggunaan ulang aplikasi Gojek lebih karena pengaruh informasi yang mereka terima dari E-WOM, tanpa terpengaruh oleh tingkat kepuasan mereka terhadap layanan yang diterima. Temuan ini mengindikasikan pentingnya pengelolaan komunikasi elektronik dan ulasan *online* sebagai strategi utama untuk mendorong loyalitas pengguna, sementara kepuasan pelanggan mungkin tidak selalu mempengaruhi keputusan penggunaan ulang secara langsung.

Kata kunci : E-WOM, Intensitas Penggunaan Ulang, Kepuasan Pelanggan, Aplikasi Gojek, Mediasi.

## Abstract

*This study aims to analyse the impact of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on the intensity of reuse of Gojek application in Salatiga City, with customer satisfaction as a mediating variable. E-WOM has become one of the important factors in shaping users' perceptions and decisions regarding digital services, including online transport applications. Data was collected through a survey involving 150 users of Gojek application services in Salatiga City. Data analysis used a path analysis method to evaluate the relationship between variables including testing the direct and indirect effects between variables. The results showed that the E-WOM variable has a significant positive effect on the intensity of reuse of the application as well as customer satisfaction has a significant effect on the intensity of use of the Gojek application. However, customer satisfaction does not play a mediating role in the relationship. In other words, users tend to increase the intensity of reuse of Gojek applications more due to the influence of information they receive from E-WOM, without being affected by their level of satisfaction with the services received. These findings indicate the importance of managing electronic communication and online reviews as a key strategy to encourage user loyalty, while customer satisfaction may not always influence reuse decisions directly.*

*Keywords: E-WOM, Reuse Intensity, Customer Satisfaction, Gojek Application, Mediation.*

# DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN .....	i
MOTTO .....	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
Abstrak .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR TABEL DAN DIAGRAM.....	vii
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
a. Manfaat Praktis .....	9
b. Manfaat Teoritis.....	9
<b>BAB II.....</b>	<b>10</b>
<b>TELAAH PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Social Influence Theory.....	10
2.2 Electronic Word of Mouth .....	12
2.3 Intensitas Penggunaan Ulang Aplikasi .....	15
2.4 Kepuasan Pelanggan.....	18
2.5 Hubungan E-WOM dengan Intensitas Penggunaan Ulang Aplikasi .....	19
2.6 Hubungan E-WOM dengan Kepuasan Pelanggan .....	21
2.7 Hubungan Kepuasan Pelanggan dengan Intensitas Penggunaan Ulang Aplikasi .....	22
2.8 Hubungan E-WOM, Intensitas Penggunaan Ulang Aplikasi dan Kepuasan Pelanggan ...	23
2.9 Kerangka Berpikir.....	24
<b>BAB III.....</b>	<b>25</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>25</b>
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Lokasi Penelitian .....	26
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	26
3.4 Metode Pengumpulan Data.....	27
3.5 Teknik Analisis.....	29
<b>BAB IV.....</b>	<b>34</b>
<b>HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
4.1 Karakteristik Responden .....	35
4.2 Deskripsi Jawaban Responden .....	37

4.3 Analisis Data.....	39
<b>BAB V .....</b>	<b>50</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>50</b>
5.1 Kesimpulan.....	50
5.2 Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>53</b>
<b>LAMPIRAN PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 .1 Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia.....	2
----------------------------------------------------------	---

## DAFTAR TABEL DAN DIAGRAM

Tabel 3. 1 Skala Likert.....	27
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel .....	31
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden.....	35
Tabel 4. 2 Sumber Informasi Responden.....	36
Tabel 4. 3 Deskripsi Jawaban Responden.....	37
Tabel 4. 4 Deskripsi Jawaban Responden.....	38
Tabel 4. 5 Deskripsi Jawaban Responden.....	39
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas.....	39
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas .....	42
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas .....	43
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	44
Tabel 4. 11 Hasil Uji Analisis Jalur .....	45
Tabel 4. 12 Hasil Uji Analisis Jalur .....	45
Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Jalur .....	46
Tabel 4. 14 Hasil Uji Analisis Jalur .....	46
Tabel 4. 15 Hasil Uji Analisis Jalur .....	47
Tabel 4. 16 Hasil Uji Analisis Jalur .....	47
Diagram 2 .1 Struktur Pengaruh Sosial.....	10
Diagram 2 .2 Kerangka Pemikiran.....	24
Diagram 4. 1 Analisis Jalur Model Pertama .....	45
Diagram 4. 2 Analisis Jalur Model Kedua.....	47
Diagram 4. 3 Analisis Jalur Model Ketiga .....	47

Repositori Institut Teknologi Sepuluh Nopember  
http://ojs.umsida.ac.id/