

ABSTRAK

Judul : Pengaruh Citra Merek dan *Word of Mouth* Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Pengguna *Grab Bike* Se-Jadetekabek
Nama : Santi Salim
Program Studi : S1 Manajemen

Di era perkembangan teknologi yang pesat, masyarakat dimudahkan dengan perkembangan teknologi yang ada salah satunya adalah muncul aplikasi yang dapat memesan transportasi secara *online*. Saat ini jasa transportasi *online* sudah bermunculan yang membuat perusahaan harus mampu bersaing untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan bisa meningkatkan dengan cara menciptakan citra merek yang baik dari citra merek yang baik para pelanggan tidak akan ragu untuk memutuskan pembelian dan citra merek bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan karena citra merek yang baik akan meningkatkan harapan terhadap ekspektasi yang akan diterima. Selain dari citra merek yang baik perusahaan bisa meningkatkan kepuasan pelanggan dengan cara meningkatkan *word of mouth* yang positif karena dari pembicaraan yang positif mengenai layanan *Grab Bike* para konsumen tidak akan ragu untuk memutuskan menggunakan layanan *Grab Bike*. Dalam penelitian ini peneliti mengambil layanan *Grab Bike* sebagai objek yang akan diteliti dengan populasi di Jadetekabek dengan teknik pengambilan sampel *purposive sampling* dengan metode *non probability sampling* dengan menggunakan rumus *slovin* dan diperoleh sebesar 100 orang sebagai sampel. Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis jalur (*Path Analysis*). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa citra merek dan *word of mouth* berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Dan citra merek berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan pengguna layanan *Grab Bike* sedangkan *word of mouth* tidak memiliki pengaruh langsung terhadap kepuasan pelanggan sehingga untuk meningkatkan kepuasan pelanggan pada pengguna layanan *Grab Bike* harus melalui keputusan pembelian.

Kata Kunci: Citra Merek, *Word of Mouth*, Keputusan Pembelian, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Title : Influence of Brand Image and Word of Mouth on Satisfaction Consumers Through Purchasing Decisions on Grab Bike Jadetabek Users

Name : Santi Salim

Study Program : Business Management

In the era of rapid technological development, people are facilitated by technological developments, one of which is the emergence of applications that can order transportation online. Nowadays online transportation services have sprung up which makes companies must be able to compete to create customer satisfaction. To increase customer satisfaction the company can improve by creating a good brand image from a good brand image customers will not hesitate to decide on a purchase and brand image can affect customer satisfaction because a good brand image will increase expectations of expectations to be received. Apart from a good brand image the company can increase customer satisfaction by increasing positive word of mouth because of positive talk about Grab Bike services consumers will not hesitate to decide to use Grab Bike services. In this study, researchers took the Grab Bike service as an object to be studied with the population in Jadetabek with a purposive sampling technique with a non probability sampling method using the slovin formula and obtained 100 people as a sample. The analytical method used in this study is path analysis. The results of this study indicate that brand image and word of mouth significantly influence purchasing decisions. And brand image has a direct effect on customer satisfaction of Grab Bike service users while word of mouth has no direct effect on customer satisfaction so as to increase customer satisfaction with Grab Bike service users must go through a purchasing decision.

Keywords: Brand Image, Word of Mouth, Purchasing Decisions, Customer Satisfaction