

ABSTRAK

Pengaruh *Word Of Mouth Marketing* dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Service* pada PT Tunas Ridean Tbk cabang Tunas Toyota Ciputat

Oleh

Nurul Khotimah

NIM: 1718014

Program Studi Administrasi Bisnis Otomotif

Word Of Mouth Marketing yang merupakan bentuk komunikasi pemasaran melalui interaksi sosial dengan menyampaikan pesan positif dan Kualitas Pelayanan yang merupakan bentuk pelayanan yang diberikan perusahaan kepada konsumen untuk memahami dan memenuhi keinginan konsumen sehingga variabel tersebut dapat membantu konsumen dalam menentukan pilihan pertama untuk menggunakan jasa servis mobil. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui (1) Pengaruh *Word Of Mouth Marketing* secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *service* pada PT Tunas Ridean Tbk cabang Tunas Toyota Ciputat (2) Pengaruh Kualitas Pelayanan secara positif dan signifikan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *service* pada PT Tunas Ridean Tbk cabang Tunas Toyota Ciputat (3) Pengaruh *Word Of Mouth Marketing* dan Kualitas Pelayanan secara simultan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *service* pada PT Tunas Ridean Tbk cabang Tunas Toyota Ciputat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif yaitu analisis regresi linear berganda yang diolah menggunakan program SPSS versi 26. Penelitian ini menggunakan data primer berupa hasil kuesioner oleh responden, sedangkan data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, dan studi kepustakaan lainnya. Jumlah sampel pada penelitian ini berjumlah 95 konsumen yang melakukan servis mobil toyota di PT Tunas Ridean Tbk cabang Tunas Toyota Ciputat pada tahun 2021. Persamaan regresi dari hasil pengolahan data pada penelitian ini adalah $Y = 5,355 + 0,468X_1 + 0,780X_2$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel *Word Of Mouth Marketing* (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terbukti berpengaruh secara positif dan signifikan maupun simultan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y). Berdasarkan hasil Uji T yang menghasilkan nilai T hitung masing-masing sebesar 4,498 dan 9,360. Uji F menghasilkan nilai F hitung sebesar 68,982. Pada koefisien determinasi (R^2) diperoleh hasil sebesar 60% dari variabel independen *Word Of Mouth Marketing* dan Kualitas Pelayanan dapat menerangkan variasi dari Keputusan Penggunaan Jasa, sedangkan 40% diterangkan oleh variabel lain diluar penelitian, seperti produk, harga, tempat, dan proses produksi.

Kata kunci: *Word Of Mouth Marketing*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Penggunaan Jasa