

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *WORD OF MOUTH*, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN TRANSPORTASI WIRA WIRI
SUROBOYO DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

KARIN AURELLYA NESSA

NPM. 22042010268

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS
SURABAYA
2026**

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *WORD OF MOUTH*, DAN PERSEPSI HARGA
TERHADAP MINAT PENGGUNAAN TRANSPORTASI WIRA WIRI
SUROBOYO DI KOTA SURABAYA**

SKRIPSI



Oleh :

KARIN AURELLYA NESSA

NPM. 22042010268

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR**

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *WORD OF MOUTH*, DAN PERSEPSI
HARGA TERHADAP MINAT PENGGUNAAN TRANSPORTASI WIRA WIRI
SUROBOYO DI KOTA SURABAYA**

Disusun Oleh :

Karin Aurellyya Nessa
NPM. 22042010268

Telah Disetujui untuk Mengikuti Ujian Skripsi

Menyetujui,
Pembimbing Utama

Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN
PENGARUH BRANDIMAGE, WORDOFMOUTH, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT
PENGUNAAN TRANSPORTASI WIRA WIRI SUROBOYO DI KOTA SURABAYA

Disusun oleh


KARIN AURELLYA NESSA
NPM. 22042010268

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Jurusan
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
Pada tanggal 06 Mei 2026

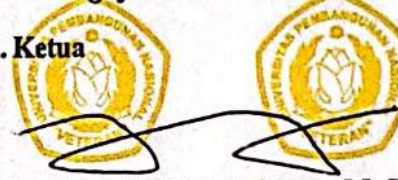
Menyetujui,

Pembimbing Utama


Tim Penguji


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001


1. Ketua


Dr. Jojok Dwiridotjahjono, M.Si
NIP. 1970011012021211004

2. Sekretaris



Dra. Ety Dwi Susanti, M.Si
NIP. 196805011994032001

3. Anggota


Dra. Siti Ning Farida, M.Si
NIP. 196407291990032001

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Karin Aurellya Nessa
NPM : 22042010268
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Administrasi Bisnis
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu Lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/ Lembaga lain, kecuali yang tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan ini saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemukan indikasi plagiat pada Skripsi, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 6 Mei 2026

Yang membuat pernyataan



Karin Aurellya Nessa
NPM. 22042010268

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia- Nya sehingga skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Image, Word Of Mouth*, dan Persepsi Harga terhadap Minat Penggunaan Transportasi Wira Wiri Suroboyo Di Kota Surabaya”** dapat diselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syaratv untuk memperoleh gelar Sarjana Administrasi Bisnis pada Fakultas Ilmu Sosiasl, Budaya, dan Politik.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si., selaku dosen pembimbing utama yang telah memluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, nasehat, serta motivasi kepada penulis selama penulisan skripsi ini. Penulis juga banyak menerima bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Bapak Dr. Acep Samsudin, S.Sos., M.M., M.A., selaku Koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat selama perkuliahan.

4. Bapak Daryanto dan Ibu Dwi Puji Wartiani selaku orang tua, kakak, serta keluarga yang selalu memberikan motivasi dan doa tiada henti selama menempuh pendidikan di perkuliahan ini.
5. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu atas dukungan dan doa dari awal perkuliahan hingga sekarang.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis dengan rendah hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, serta menjadi referensi bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

Surabaya, 6 Mei 2026

Penulis

DAFTAR ISI

| | Halaman |
|--|----------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI | iii |
| KATA PENGANTAR..... | iv |
| DAFTAR ISI..... | vi |
| DAFTAR GAMBAR | ix |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR LAMPIRAN | xi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 9 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 9 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 10 |
| BAB II TINJAUAN PUSTAKA..... | 12 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 12 |
| 2.2 Landasan Teori | 21 |
| 2.2.1 Manajemen Pemasaran | 21 |
| 2.2.2 <i>Brand Image</i> | 25 |
| 2.2.3 <i>Word Of Mouth</i> | 31 |
| 2.2.4 Persepsi Harga | 35 |
| 2.2.5 Minat Penggunaan | 39 |
| 2.3 Hubungan Antar Variabel | 43 |
| 2.3.1 <i>Brand Image</i> Dengan Minat Penggunaan..... | 43 |
| 2.3.2 <i>Word Of Mouth</i> Dengan Minat Penggunaan | 44 |
| 2.3.3 Persepsi Harga Dengan Minat Penggunaan..... | 45 |
| 2.4 Kerangka Berpikir | 45 |
| 2.5 Hipotesis..... | 48 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 50 |
| 3.1 Jenis Penelitian | 50 |

| | |
|---|-----------|
| 3.2 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel..... | 51 |
| 3.2.1 Definisi Operasional | 51 |
| 3.2.2 Pengukuran Variabel | 57 |
| 3.3 Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel | 59 |
| 3.3.1 Populasi..... | 59 |
| 3.3.2 Sampel | 60 |
| 3.3.3 Teknik Penarikan Sampel | 61 |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data | 63 |
| 3.5 Teknik Analisis Data..... | 64 |
| 3.5.1 Uji Validitas | 65 |
| 3.5.2 Uji Reliabilitas | 67 |
| 3.5.3 Uji Asumsi Klasik..... | 68 |
| 3.5.4 Uji Regresi Linier Berganda | 72 |
| 3.5.5 Uji Hipotesis | 73 |
| 3.5.6 Uji Koefisien Determinasi (R ²)..... | 78 |
| 3.6 Waktu Penelitian..... | 79 |
| BAB IV METODE PENELITIAN..... | 81 |
| 4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian | 81 |
| 4.2 Penyajian Data Hasil Penelitian | 83 |
| 4.2.1 Data Responden | 83 |
| 4.2.2 Analisis Deskriptif Variabel | 86 |
| 4.3 Hasil Uji | 101 |
| 4.3.1 Uji Validitas | 101 |
| 4.3.2 Uji Reliabilitas | 103 |
| 4.4 Hasil Uji Asumsi Klasik | 104 |
| 4.4.1 Uji Normalitas..... | 104 |
| 4.4.2 Uji Multikolinearitas..... | 105 |
| 4.4.3 Uji Heteroskedastisitas | 106 |
| 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda | 107 |
| 4.6 Hasil Uji Hipotesis | 109 |
| 4.6.1 Uji F (Simultan)..... | 109 |
| 4.6.2 Uji t (Parsial)..... | 111 |

| | |
|--|------------|
| 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²) | 116 |
| 4.8 Pembahasan | 117 |
| 4.8.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> (X1), <i>Word Of Mouth</i> (X2), dan Persepsi Harga (X3) Terhadap Minat Penggunaan (Y) | 117 |
| 4.8.2 Pengaruh Secara Parsial <i>Brand Image</i> (X1) Terhadap Minat Penggunaan (Y) | 118 |
| 4.8.3 Pengaruh Secara Parsial <i>Word of Mouth</i> (X2) Terhadap Minat Penggunaan (Y) | 118 |
| 4.8.4 Pengaruh Secara Parsial Persepsi Harga (X3) Terhadap Minat Penggunaan (Y) | 119 |
| BAB V PENUTUP | 121 |
| 5.1 Kesimpulan..... | 121 |
| 5.2 Saran | 123 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 125 |
| LAMPIRAN..... | 128 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|-----|
| Gambar 1. 1 Transportasi Wira Wiri Suroboyo..... | 3 |
| Gambar 1. 2 Jumlah Perbandingan Penumpang Transportasi Publik Di Kota Surabaya..... | 5 |
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir..... | 48 |
| Gambar 3. 1 Kurva Uji Simultan F (Uji F)..... | 76 |
| Gambar 3. 2 Kurva Uji Parsial T (Uji T)..... | 78 |
| Gambar 4. 1 Hasil Uji Heteroskedastisitas..... | 107 |
| Gambar 4. 2 Kurva Uji F (Simultan)..... | 111 |
| Gambar 4. 3 Kurva Uji t (Parsial)..... | 113 |
| Gambar 4. 4 Kurva Uji t (Parsial)..... | 114 |
| Gambar 4. 5 Kurva Uji t (Parsial)..... | 115 |

DAFTAR TABEL

| | |
|---|-----|
| Tabel 1. 1 Jumlah Penumpang Wira Wiri suroboyo (2023-2025)..... | 4 |
| Tabel 2. 1 Penelitian terdahulu..... | 19 |
| Tabel 3. 1 Definisi Operasional..... | 55 |
| Tabel 3. 2 Instrumen Skala Likert..... | 58 |
| Tabel 3. 3 Waktu Penelitian..... | 79 |
| Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden..... | 83 |
| Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Kelompok Usia Responden..... | 84 |
| Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Domisili Responden..... | 85 |
| Tabel 4. 4 Distribusi Frekuensi Status Pekerjaan..... | 86 |
| Tabel 4. 5 Deskriptif Variabel Brand Image (X1)..... | 87 |
| Tabel 4. 6 Deskriptif Variabel Word Of Mouth (X2)..... | 92 |
| Tabel 4. 7 Deskriptif Variabel Persepsi Harga (X3)..... | 95 |
| Tabel 4. 8 Deskriptif Variabel Minat Penggunaan (Y)..... | 98 |
| Tabel 4. 9 Hasil Uji Validitas..... | 102 |
| Tabel 4. 10 Hasil Uji Reliabilitas..... | 103 |
| Tabel 4. 11 Hasil Uji Normalitas..... | 104 |
| Tabel 4. 12 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 106 |
| Tabel 4. 13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda..... | 107 |
| Tabel 4. 14 Hasil Uji F (Simultan)..... | 109 |
| Tabel 4. 15 Hasil Uji t (Parsial)..... | 112 |
| Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi..... | 116 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|---|-----|
| Lampiran 1 Kuesioner Penelitian..... | 128 |
| Lampiran 2 Tabulasi Data Karakteristik Responden..... | 133 |
| Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Brand Image (X1)..... | 138 |
| Lampiran 4 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Word Of Mouth(X2) dan Persepsi Harga (X3) | 142 |
| Lampiran 5 Tabulasi Jawaban Responden Variabel Minat Penggunaan (Y) | 146 |
| Lampiran 6 Uji Validitas | 150 |
| Lampiran 7 Uji Reabilitas | 154 |
| Lampiran 8 Uji Asumsi Klasik..... | 156 |
| Lampiran 9 Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 157 |
| Lampiran 10 Uji F | 158 |
| Lampiran 11 Uji T..... | 158 |
| Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi (R2)..... | 158 |
| Lampiran 13 Hasil Turnitin..... | 159 |
| Lampiran 14 LoA Jurnal | 160 |

ABTRAK

KARIN AURELLYA NESSA, 22042010268, Pengaruh *Brand Image*, *Word Of Mouth*, dan Persepsi Harga terhadap Minat Penggunaan Transportasi Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh brand image, word of mouth, dan persepsi harga terhadap minat penggunaan transportasi Wira Wiri Suroboyo di Kota Surabaya. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada masih rendahnya minat masyarakat dalam menggunakan transportasi publik dibandingkan kendaraan pribadi, meskipun pemerintah telah menghadirkan berbagai inovasi layanan transportasi. Wira Wiri Suroboyo sebagai transportasi feeder menunjukkan adanya peningkatan jumlah penumpang, namun pemanfaatannya masih belum optimal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 150 responden yang memenuhi kriteria penelitian, kemudian dianalisis menggunakan teknik regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Variabel independen dalam penelitian ini meliputi brand image, word of mouth, dan persepsi harga, sedangkan variabel dependen adalah minat penggunaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan brand image, word of mouth, dan persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan Wira Wiri Suroboyo. Secara parsial, masing-masing variabel juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat penggunaan. Hal ini menunjukkan bahwa peningkatan citra merek, penyebaran informasi positif antar pengguna, serta persepsi harga yang sesuai dapat meningkatkan minat masyarakat dalam menggunakan transportasi publik. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pemerintah daerah dalam merumuskan strategi peningkatan penggunaan transportasi publik, serta memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan studi perilaku konsumen di bidang jasa transportasi.

Kata Kunci : Brand Image, Word Of Mouth, Persepsi Harga; Minat Penggunaan

ABSTRACT

KARIN AURELLYA NESSA, 22042010268, *The Effect of Brand Image, Word Of Mouth, and Perception on Interest in Using Wira Wiri Suroboyo Transportation in Surabaya City*

This study aims to analyze the influence of brand image, word of mouth, and price perception on the interest in using Wira Wiri Suroboyo transportation in Surabaya City. The background of this study is based on the low public interest in using public transportation compared to private vehicles, even though the government has introduced various transportation service innovations. Wira Wiri Suroboyo as a feeder transportation shows an increase in the number of passengers, but its utilization is still not optimal. This study uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through distributing questionnaires to 150 respondents who met the research criteria, then analyzed using multiple linear regression techniques to determine the influence between variables. The independent variables in this study include brand image, word of mouth, and price perception, while the dependent variable is usage intention. The results show that brand image, word of mouth, and price perception simultaneously have a positive and significant effect on the interest in using Wira Wiri Suroboyo. Partially, each variable also shows a positive and significant effect on usage intention. This indicates that improving brand image, spreading positive information among users, and appropriate price perception can increase public interest in using public transportation. This research is expected to provide practical contributions for local governments in formulating strategies to increase the use of public transportation, as well as providing theoretical contributions in the development of consumer behavior studies in the field of transportation services.

Keywords: *Brand Image, Word of Mouth, Price Perception; Interest in Use*