



**PENGARUH *E-TRUST* TERHADAP *E-REPURCHASE INTENTION*  
MELALUI *E-WORD OF MOUTH* PADA PENGGUNA LAYANAN JASA  
*ONLINE TRAVEL AGENT TIKET.COM*  
(Studi Pada Pengguna Tiket.com di Kota Semarang)**

**Skripsi**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Sarjana  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun :  
Amalia Rasyidah  
14030120140161**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG  
2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *E-Trust* terhadap *E-Repurchase Intention* melalui *E-Word Of Mouth* Pada Pengguna Layanan Jasa *Online Travel Agent* Tiket.com (Studi Pada Pengguna Tiket.com di Kota Semarang)

Nama Penyusun : Amalia Rasyidah  
NIM : 14030120140161  
Program Studi : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 pada departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

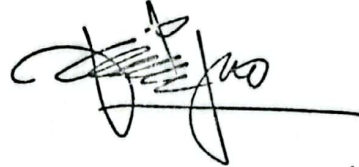
Semarang, Juni 2024

Dekan



Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin  
NIP. 196908221994031003

Wakil Dekan 1



### Dosen Pembimbing

1. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB.
2. Prof. Dr. Dra Naili Farida, M.Si.




(.....)




(.....)

### Dosen Penguji


1. Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Akt.
2. Prof. Dr. Dra Naili Farida, M.Si.
3. Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB.



(.....)



(.....)



(.....)

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN  
TEKNOLOGI  
**UNIVERSITAS DIPONEGORO**  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Prof. Sudarto, S.H.  
Tembeleng Semarang KodePos 50275  
Tel./Faks. (024) 74905407  
www.fsisia.undp.ac.id | email: fslp@undp.ac.id

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA\*)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Amalia Rasyidah
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030120140161
3. Tempat / Tanggal Lahir : Padang / 15 November 2001
4. Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis
5. Alamat : Jalan Cindua Mato No. 11 Lapai Kota Padang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh *E-Trust* terhadap *E-Repurchase Intention* melalui *E-Word Of Mouth* pada pengguna layanan jasa *Online Travel Agent* Tiket.com (Studi pada pengguna Tiket.com di Kota Semarang)

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Mengetahui,  
Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB.

NIP. 197806052003122003

Semarang,

Amalia Rasyidah,

NIM. 14030120140161

Ketua Program Studi

Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Sj.  
NIP. 197603302003122001

\* ) Lampirkan dokumen hasil uji Turnitin yang menunjukkan uji kemiripan <20%

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Whatever you are, be a good one”*

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas terselesaikannya skripsi ini dan saya mempersembahkan skripsi ini untuk :

1. Pemilik NIM 14030120140161, yaitu diri saya sendiri yang sudah mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik. *Good job*, Amalia!
2. Mama, Papa, Uda, Kak Hani, dan keluarga, yang telah mengizinkan saya untuk berkuliah ke Semarang, selalu mendoakan yang terbaik, serta sudah support segala kebutuhan saya hingga perkuliahan ini selesai.
3. Dosen pembimbing, yaitu Bu Sari dan Prof Naili, serta dosen wali saya Bu Dina, yang telah memberikan masukan dan arahan serta membimbing saya hingga skripsi ini selesai.
4. Syifa Khairani, Hanisha Winerti, Dwinda Rahmadhani, Adinda Putri Rosa, serta teman-teman sekolah yang sudah kebersamai sejak SMP dan SMA, yang tidak pernah bosan untuk selalu memberikan semangat.
5. Teman-teman mahasiswa Administrasi Bisnis angkatan 2020 yang mau direpotkan atas segala hal, mulai dari teman-teman yang sudah kebersamai sejak awal perkuliahan, teman-teman Ekobis, teman-teman KKN Lingkar Lengking, teman-teman seperbimbingan yang selalu berbagi informasi di lorong prodi, serta teman kuliah saya Ayi Yulianingsie yang menemani dan membantu saya dalam pengerjaan skripsi selama setahun terakhir.
6. Teman-teman seperantauan yang saya anggap sebagai tempat untuk pulang dan berkeluh kesah, serta Tiffani, Salma, Atul, Cece, Nadin, Fharel, dan Nafil yang selalu siap sedia kapanpun saya membutuhkan mereka.
7. Seluruh pihak yang telah terlibat untuk memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi ini, saya sangat bersyukur akan hal itu karena sangat mempermudah saya melalui satu tahun terakhir! Terima kasih.

**PENGARUH *E-TRUST* TERHADAP *E-REPURCHASE INTENTION*  
MELALUI *E-WORD OF MOUTH* PADA PENGGUNA LAYANAN JASA  
*ONLINE TRAVEL AGENT* TIKET.COM  
(STUDI PADA PENGGUNA TIKET.COM DI KOTA SEMARANG)**

**ABSTRAKSI**

Pertumbuhan teknologi secara mendunia seiring dengan kenaikan penggunaan internet yang dapat meningkatkan bisnis berkembang secara dinamis. Salah satu jenis *e-commerce* yang berkembang di Indonesia adalah layanan jasa *Online Travel Agent* (OTA) Tiket.com. Kepercayaan memainkan peran penting dalam mempengaruhi komitmen pelanggan terhadap *e-commerce*. Kepercayaan yang didapatkan dari pelanggan dapat mengarah pada kesetiaan yang dapat meningkatkan niat mereka untuk menyampaikan pesan yang positif serta akan berdampak bagi niat keputusan pelanggan pada saat melakukan pembelian produk atau jasa yang sama di masa mendatang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *E-Trust* terhadap *E-Repurchase Intention* melalui E-WOM pada pengguna layanan jasa *Online Travel Agent* Tiket.com di Kota Semarang.

Tipe Penelitian adalah *explanatory research* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan metode *purposive sampling*. Data yang diolah menggunakan *software Smart-PLS 4 professional for windows* dengan dua tahap pengujian yaitu Outer Model (*Evaluation of Measurement Model*) dan Inner Model (*Evaluation of Structural Model*)

Hasil penelitian membuktikan bahwa *E-Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Repurchase Intention*, *E-Trust* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap E-WOM, serta E-WOM memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *E-Repurchase Intention*. Hasil penelitian ini juga membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara *E-Trust* terhadap *E-Repurchase Intention* melalui E-WOM dengan mediasi parsial. Saran dalam penelitian ini adalah Tiket.com harus memperhatikan lebih dalam aspek-aspek yang dapat mempengaruhi kepercayaan secara langsung agar pengguna dapat memberikan informasi yang baik terkait Tiket.com kepada pelanggan lainnya serta menjadikan Tiket.com sebagai pilihan utama ketika ingin melakukan pembelian ulang.

**Kata Kunci:** *E-Trust*, *E-Repurchase Intention*, E-WOM

***THE INFLUENCE OF E-TRUST ON E-REPURCHASE INTENTION  
THROUGH E-WOM FOR TIKET.COM ONLINE TRAVEL AGENT  
SERVICES USERS (STUDY ON TIKET.COM USERS IN SEMARANG CITY)***

**ABSTRACT**

The growth of technology worldwide along with the increase in internet usage can increase business dynamically. One type of e-commerce that is growing in Indonesia is the Online Travel Agent (OTA) service Tiket.com. Trust plays an important role in influencing customer commitment to e-commerce. The trust gained from customers can lead to loyalty which can increase their intention to convey positive messages and will have an impact on the level of customer decisions when purchasing the same product or service in the future. This study aims to determine the effect of E-Trust on E-Repurchase Intention through E-WOM on users of Tiket.com Online Travel Agent services in Semarang City.

The research type is explanatory research with a sample size of 100 respondents. The sampling technique used non probability sampling with purposive sampling method. Data processed using Smart-PLS 4 professional software for windows with two stages of testing, namely Outer Model (Evaluation of Measurement Model) and Inner Model (Evaluation of Structural Model).

The results of the study prove that E-Trust has a positive and significant effect on E-Repurchase Intention, E-Trust has a positive and significant effect on E-WOM, and E-WOM has a positive and significant effect on E-Repurchase Intention. The results of this study also prove that there is an influence between E-Trust on E-Repurchase Intention through E-WOM with partial mediation. The suggestion in this study is that Tiket.com should pay more attention to aspects that can directly affect trust so that users can provide good information about Tiket.com to other customers and make Tiket.com the first choice when they want to make a repeat purchase.

**Keywords :** *E-Trust, E-Repurchase Intention, E-WOM*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh *E-Trust* terhadap *E-Repurchase Intention* melalui *E-Word of Mouth* Pada Pengguna Layanan Jasa *Online Travel Agent* Tiket.com (Studi Pada Pengguna Tiket.com di Kota Semarang)”. Penulis menyadari bahwa kelancaran dalam proses penyusunan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar karena adanya bantuan, dukungan, dan bimbingan dari berbagai pihak, baik yang terlibat secara langsung maupun secara tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Drs. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
2. Ibu Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. Ibu Dr. Sari Listyorini, S.Sos., M.AB selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
4. Ibu Prof. Dr. Dra Naili Farida, M.Si. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi.
5. Ibu Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Akt. selaku dosen wali sekaligus dosen penguji yang telah membantu penulis selama perkuliahan.
6. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama masa perkuliahan.

7. Seluruh pihak yang membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebut satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam pengerjaan skripsi ini masih terdapat kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan masukan serta saran yang berasal dari pembaca. Penulis berharap semoga skripsi ini bisa menambah wawasan/pengetahuan bagi pembaca serta menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

Hormat Saya,

Amalia Rasyidah



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH</b> .....	<b>iii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAKSI</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	10
1.3 Tujuan Penelitian .....	11
1.4 Kegunaan Penelitian .....	12
1.5 Kerangka Teori .....	13
1.6 Hubungan Antar Variabel .....	20
1.7 Penelitian Terdahulu .....	23
1.8 Hipotesis .....	24
1.9 Definisi Konsep .....	25
1.10 Definisi Operasional .....	26
1.11 Metode Penelitian .....	28
<b>BAB II</b> .....	<b>37</b>
<b>GAMBARAN UMUM TIKET.COM DAN IDENTITAS RESPONDEN</b> .....	<b>37</b>
2.1 Sejarah Singkat Perkembangan PT Global Tiket Network .....	37
2.2 Visi dan Misi .....	38
2.3 Logo dan Makna Perusahaan .....	38
2.4 Produk Layanan Tiket.com .....	39
2.5 Identitas Responden .....	43
<b>BAB III</b> .....	<b>50</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	<b>50</b>
3.1 Outer Model ( <i>Evaluation of Measurement Model</i> ) .....	50
3.2 Analisis Deskriptif .....	55
3.3 Inner Model ( <i>Evaluation of Structural Model</i> ) .....	76

3.4 Pembahasan .....	85
<b>BAB IV .....</b>	<b>94</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>94</b>
4.1 Kesimpulan.....	94
4.2 Saran .....	95
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>98</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>101</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Top Brand Index Situs Online Booking Tiket Pesawat dan Travel tahun 2019-2023 .....	4
Tabel 1. 2 Keluhan Pengguna Tiket.com (2018-2023) .....	7
Tabel 1. 3 Jumlah Kunjungan Wisatawan di Kota Semarang .....	9
Tabel 1. 4 Gap Research E-Trust terhadap E-Repurchase Intention .....	10
Tabel 1. 5 Penelitian Terdahulu .....	23
Tabel 1. 6 Skor Jawaban Metode Likert .....	31
Tabel 2. 1 Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia .....	43
Tabel 2. 2 Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel 2. 3 Pengelompokan Responden Berdasarkan Wilayah .....	45
Tabel 2. 4 Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	46
Tabel 2. 5 Pengelompokan Berdasarkan Pendidikan Terakhir .....	47
Tabel 2. 6 Pengelompokan Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku Per Bulan .....	47
Tabel 2. 7 Pengelompokan Berdasarkan Jumlah Pembelian di Tiket.com .....	48
Tabel 2. 8 Pengelompokan Berdasarkan Responden yang pernah membaca review mengenai Tiket.com di media online .....	49
Tabel 3. 1 Hasil Outer Loading .....	51
Tabel 3. 2 Hasil AVE .....	52
Tabel 3. 3 Hasil Cross Loading .....	53
Tabel 3. 4 Hasil Fornell-Larcker Criterion .....	54
Tabel 3. 5 Hasil Uji Realibilitas .....	55
Tabel 3. 6 Tabel Rekapitulasi Variabel E-Trust .....	56
Tabel 3. 7 Kategorisasi E-Trust .....	61
Tabel 3. 8 Rekapitulasi Variabel E-Word of Mouth .....	63
Tabel 3. 9 Kategorisasi E-Word of Mouth .....	68
Tabel 3. 10 Rekapitulasi Variabel E-Repurchase Intention .....	70
Tabel 3. 11 Kategorisasi E-Repurchase Intention .....	75
Tabel 3. 12 Hasil Perhitungan R-Square .....	76
Tabel 3. 13 Hasil Perhitungan F-Square .....	77
Tabel 3. 14 Hasil Pengaruh E-Trust terhadap E-WOM .....	80
Tabel 3. 15 Hasil Pengaruh E-Trust terhadap E-Repurchase Intention .....	81
Tabel 3. 16 Hasil Pengaruh E-WOM terhadap E-Repurchase Intention .....	81
Tabel 3. 17 Hasil Pengaruh E-Trust terhadap E-Repurchase Intention melalui E-WOM .....	82
Tabel 3. 18 Hasil Uji Mediasi E-Trust terhadap variabel E-Repurchase Intention melalui E-WOM .....	84
Tabel 3. 19 Total Effect .....	84

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Review Pengguna Tiket.com (2020-2023) .....	6
Gambar 1. 2 Hipotesis Penelitian .....	24
Gambar 2. 1 Logo Tiket.com .....	38
Gambar 3. 1 Model Penelitian .....	78
Gambar 3. 2 Uji Mediasi .....	83