PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN TIKET.COM DI KOTA PADANG

SKRIPSI

Disusun oleh :

Yodi Farras

1810011211094

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

JURUSAN MANAJEMEN

UNIVERSITAS BUNG HATTA

2022

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini Pembimbing Skripsi dan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta menyatakan :

Nama	: Yodi Farras
Npm	: 1810011211094
Program Studi	: Strata Satu (S1)
Jurusan	: Manajemen
Judul Skripsi	: Pengaruh *Online Customer Review, Online Customer Rating* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan Tiket.com Di Kota Padang

Telah disetujui Skripsinya sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman yang berlaku yang telah diuji dan dinyatakan **LULUS** dalam ujian komprehensif pada hari **Kamis, 21 Juli 2022**.

Pembimbing	Disetujui oleh, Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta
Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D	Dra. Erni Febrina Harahap,SE.,M.Si

PERNYATAAN

Dengan ini saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul "Pengaruh Online Customer Review, Online Customer Rating Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan Pelanggan Tiket.com Di Kota Padang" merupakan hasil karya saya dan tidak merupakan karya yang diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya, ide, gagasan atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain, kecuali yang secara tertulis diajukan dalam naskah ini dan dicantumkan sumbernya sesuai dengan norma, etika dan kaida penulisan ilmiah yang disebutkan dalam daftar pustaka.

Padang, Juli 2022

Yodi Farras

PENGARUH *ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN TIKET.COM DI KOTA PADANG

Yodi Farras[1], Dahliana Kamener, B.S, MBA, Ph.D[2]

Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bung Hatta

E-mail : yodifarras981@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini menguji hubungan antara pengaruh variabel *online customer review*, *online customer rating* dan kualitas pelayanan terhadap kepercayaan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna aplikasi tiket.com di kota Padang. Dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa *online customer review* berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. *Online customer rating* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan pelanggan tiket.com di kota Padang. Variabel yang paling dominan berpengaruh terhadap kepercayaan pelanggan dalam penelitian ini adalah variabel kualitas pelayanan.

Kata kunci : *Online Customer Review*, *Online Customer Rating*, Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Pelanggan

THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING AND SERVICE QUALITY ON CUSTOMER TRUST TIKET.COM IN PADANG CITY

Yodi Farras[1], Dahliana Kamener, B.S, MBA, Ph.D[2]

Department of Management, Faculty of Economics and Business, Bung Hatta University

E-mail : yodifarras981@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the relationship between the influence of online customer review, online customer rating and service quality variables on tiket.com customer trust in the city of Padang. With a sample of 100 respondents who were selected using purposive sampling technique. Based on the results of the study, it can be concluded that online customer reviews have a significant effect on customer trust. Online customer rating has no significant effect on customer trust. Service quality has a significant effect on tiket.com customer trust in the city of Padang. The most dominant variable that influences customer trust in this study is the service quality variable.

Keywords : *Online Customer Review, Online Customer Rating, Service Quality, Customer Trust*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dalam menjalani masa perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW, ONLINE CUSTOMER RATING DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPERCAYAAN PELANGGAN TIKET.COM DI KOTA PADANG**".

Penulisan skripsi ini merupakan salah salah satu syarat untuk meraih gelas Sarjana Ekonomi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.

Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan motivasi dari berbagai pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu dengan rasa hormat yang mendalam penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Erni Febrina Harahap, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
2. Ibu Herawati, S.E., M.Si., Ak., CA. selaku wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
3. Ibu Lindawati, S.E., M.Si selaku ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
4. Bapak Purbo Jadmiko, SE., M.Si selaku sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
5. Ibu Dahliana Kamener, B.S., MBA., Ph.D. selaku pembimbing yang meluangkan waktu dan memberikan pengarahan dan membimbing penulis dengan penuh kesabaran dengan menyelesaikan Skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bung Hatta.
7. Kedua orang tua Ayahanda dan serta abang, kakak, adik yang selalu memberikan dukungan dan do'a untuk kelancaran dan kesuksesan dalam perkuliahan ini.

8. Seluruh teman seperjuangan Manajemen 2018 yang telah bahu membahu dalam suka maupun duka selama perkuliahan.

9. Senior yang selalu sabar dalam menanggapi semua pertanyaan penulis selama proses penyusunan skripsi.

10. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. Dan untuk diri saya sendiri yang telah berjuang. Skripsi ini telah disusun dengan penuh kesungguhan, namun penulis manyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran dari pembaca demi kebaikan pada masa yang akan datang.

Padang, 19 Juli 2022

Penulis

Yodi Farras

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Pendahuluan 1
1.2 Latar Belakang 1
1.3 Perumusan Masalah 7
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat Penelitian 8
BAB II 10
KAJIAN LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS 10
2.1 Pendahuluan 10
2.2 *Grand Theory* 10
2.2.1 Perilaku Konsumen 10
2.2.2 *Theory of Planned Behavior* 11
2.2.3 *Technology Acceptance Model* 11
2.2.4 *Elaboration Likehood Model* 12
2.3 Kepercayaan Pelanggan 12
2.4 *Online Customer Review* 13
2.5 *Online Customer Rating* 14
2.6 Kualitas Pelayanan 15
2.7 Pengembangan Hipotesis 16
2.8 Kerangka Konseptual 18
BAB III 20
METODE PENELITIAN 20
3.1 Pendahuluan 20
3.2 Jenis Penelitian 20
3.3 Objek, Populasi dan Sampel Penelitian 20
3.3.1 Objek 20
3.3.2 Populasi 21
3.3.3 Sampel 21
3.4 Jenis dan Sumber Data 22
3.5 Definisi Operasional Variabel 22
3.5.1 Kepercayaan Pelanggan (Y) 22

3.5.2 *Online Customer Review* (X1) 23
3.5.3 *Online Customer Rating* (X2) 23
3.5.4 Kualitas Pelayanan (X3) 24
3.6 Teknik Analisis Data 24
3.6.1 *Measurement Model Assessement* 24
3.6.2 Analisis Deskriptif 25
3.6.4 *R Square* dan *Q Square* 27
3.6.5 *Structural Model Assessement* 28
BAB IV 29
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 29
4.1 Pendahuluan 29
4.2 Uraian Hasil dari Penyebaran Kuesioner 29
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin 30
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 30
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan 32
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan 33
4.3 Analisis Deskriptif 34
4.3.1 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Kepercayaan Pelanggan 34
4.3.2 Deskripsi Jawaban Responden terhadap *Online Customer Review* 35
4.3.3 Deskripsi Jawaban Responden terhadap *Online Customer Rating* 36
4.3.4 Deskripsi Jawaban Responden terhadap Kualitas Pelayanan 37
4.4 *Measurement Model Assesment* 37
4.4.1 *Convergent Validity* 38
4.4.1.1 Uji *Outer Loadings* 38
4.4.1.2 Uji *Cronbach's Alpha* 41
4.4.1.3 Uji *Composite Reliability* 42
4.4.1.4 Uji *Average Extracted Variance (AVE)* 43
4.4.2 *Discriminant Validity* 44
4.5 *Model Structural Assesment* 47
4.6 Pengujian Hipotesis 49
4.7 Pembahasan 50
4.7.1 Pengaruh *Online Customer Review* terhadap Kepercayaan Pelanggan 50
4.7.2 Pengaruh *Online Customer Rating* terhadap *Customer Trust* 51

4.7.3 Pengaurh Kualitas Pelayanan terhadap Kepercayaan Pelanggan 52
BAB V 54
KESIMPULAN DAN SARAN 54
5.1 Kesimpulan 54
5.2 Implikasi Penelitian 54
5.3 Keterbatasan Penelitian 55
5.4 Saran 56
DAFTAR PUSTAKA 58