

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 13/5/2024
FAKULTAS EKONOMI

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
PESAWAT SRIWIJAYA AIR DI TIKET.COM**



Skripsi Oleh:

AGENNIA ARIYANTI
01011282025041
MANAJEMEN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar Sarjana Ekonomi

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS SRIWIJAYA
FAKULTAS EKONOMI
2024**

LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT SRIWIJAYA AIR DI TIKET.COM

Disusun Oleh:

Nama : Agennia Ariyanti
Nomor Induk Mahasiswa : 01011282025041
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Tanggal persetujuan

Dosen Pembimbing



Tanggal : 8 Maret 2024

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 13/ 2024
FAKULTAS EKONOMI / 5

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT SRIWIJAYA AIR DI TIKET.COM

Disusun Oleh:

Nama : Agennia Ariyanti
Nomor Induk Mahasiswa : 01011282025041
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 06 Mei 2024 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 13 Mei 2024

Dosen Pembimbing



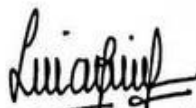
Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

Dosen Penguji



Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A
NIP.198106302014092003

Mengetahui,
Sekretaris Jurusan Manajemen



Lina Dameria Siregar, S.E., M.M.
NIP. 198909240190323021

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Agennia Ariyanti
NIM : 01011282025041
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul:

“PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT SRIWIJAYA AIR DI TIKET.COM”

Pembimbing:

Ketua : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
Anggota : Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A
Tanggal Ujian : 06 Mei 2024

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut kelulusan dan gelar kesarjanaannya.

Palembang, 13 Mei 2024



Agennia Ariyanti
NIM. 01011282025041

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“Enjoy The Journey, Just Because You're Not There Yet,
Doesn't Mean You Never Will Be.”*

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

-  **Orang Tua**
-  **Keluarga**
-  **Teman**
-  **Almamater**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia beserta rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Pada skripsi ini, Penulis mengambil judul "Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap Keputusan Pembelian Pada Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air Di Tiket.com".

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui adanya Pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap keputusan pembelian pada pembelian tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com. Besar harapan agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan pihak lain. Skripsi ini tentu saja tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Maka dari itu, penulis memohon maaf dan memohon kritik beserta sarannya. Atas perhatiannya, Penulis ucapkan terima kasih.

Indralaya, 10 Mei 2024



Agennia Ariyanti
NIM. 01011282025041

UCAPAN TERIMA KASIH

Bismillahirrahmanirrahim. Pada kesempatan yang berbahagia ini, Penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Papa, Mama dan adikku tersayang yang menjadi penyemangat penulis untuk terus melakukan yang terbaik. Terimakasih atas doa, kasih sayang dan pengorbanan untuk penulis selama ini.
2. Yth. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
3. Yth. Bapak Prof. Dr. Mohammad Adam, M.Si, selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
4. Yth. Bapak Dr. M. Ichsan Hadjri, S.T., M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
5. Yth. Ibu Lina Dameria Siregar, S.E., M.M Selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Universitas Sriwijaya.
6. Yth. Ibu Dr. Aslamia Rosa selaku selaku dosen pembimbing skripsi yang sangat berperan penting dalam penulisan skripsi ini. Terima kasih banyak atas bantuan, bimbingan, serta ilmu yang telah ibu berikan sebagai bekal penulis untuk kedepannya, kebaikan dan ketabahan ibu sangat berarti.

7. Yth. Ibu Dr. Dessy Yunita, S.E., M.M., M.B.A. selaku dosen penguji yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran kepada penulis dalam perbaikan penulisan skripsi ini.
8. Yth. Bapak/Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya yang telah membagikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat kepada penulis selama masa perkuliahan.
9. Dina Cassa Putri, Bunda Novi, Acik Lisa, dan keluarga besar yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk terus melakukan yang terbaik.
10. Rio Hanzra Adjie Pamungkas yang selalu menemani penulis mulai dari proses perkuliahan sampai saat ini dan tak henti-hentinya memberikan dukungan, semangat serta motivasi kepada penulis.
11. Zaza Chitra Liyanda, Fika Arinda, Yohanni Mutiara Agisti, Salsa Aldira, Karlisa, Rahma Putri, Raga Setio Sukma, dan Alfin Fadly Ramadhaniel yang selalu memberikan dukungan, semangat sekaligus motivasi kepada penulis selama proses perkuliahan ini.
12. Eggi Ramadhon Marandika, Versy Andi Budiman , Yuri Yasmin Anindia, Clara Fujita, Muhammad Mahardika, Diaz Safani dan Ahmad Wibowo yang selalu memberi canda tawa dan kebersamaan selama proses perkuliahan ini.
13. Terakhir, terimakasih kepada Agenia Ariyanti karena telah mampu menyelesaikan perkuliahan ini dan mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan tidak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun prosesnya.

Penulis menyadari terdapat banyak keterbatasan dan kekurangan selama proses penyusunan skripsi ini. Besar harapan penulis akan saran dan kritikan yang bersifat membangun. Semoga dengan adanya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan dapat menginspirasi pembaca untuk bisa melanjutkan dan bahkan menemukan beberapa penelitian baru.

Indralaya, 10 Mei 2024
Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Agennia Ariyanti', written over a light gray rectangular background.

Agennia Ariyanti
NIM. 01011282025041

RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama Mahasiswa : Agennia Ariyanti
NIM : 01011282025041
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat/Tanggal Lahir : Pendopo, 16 Desember 2002
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Perumnas Talang Kelapa Blok 07, No. 365, Palembang.
Alamat email : ageniaariyanti@gmail.com



PENDIDIKAN FORMAL

SD : SD Negeri 13 Talang Ubi, Kab. PALI
SMP : SMP YKPP Pendopo, Kab. PALI
SMA : SMA Muhammadiyah 6 Palembang

RIWAYAT ORGANISASI

2020-2021 : Staff *event planner* Wirausaha Mahasiswa Sriwijaya
2021-2022 : Manager *Media Communication Departement* Wirausaha
Mahasiswa Sriwijaya
2022-2023 : Wakil Ketua Umum 2 Wirausaha Mahasiswa Sriwijaya

ASLI

JURUSAN MANAJEMEN 13 / 5 2024
KAMPUS ...

ABSTRAK

PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESWAT SRIWIJAYA AIR DI TIKET.COM

Oleh:
Agennia Ariyanti

Pada penelitian ini bertujuan untuk menguji adanya pengaruh *E-service quality* dan *E-trust* terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air di Tiket.com.. Penelitian ini berjenis penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini merupakan *traveler* yang sudah pernah memesan tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden yang menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan metode *Purposive Sampling*. Instrumen pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang dinilai menggunakan skala *likert* dan telah diuji menggunakan program SPSS *statistics 27*. Penelitian ini menghasilkan variabel *E-Service Quality* dan *E-Trust* yang memiliki pengaruh signifikan secara parsial dan simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, *E-Trust*, Keputusan Pembelian.

Pembimbing

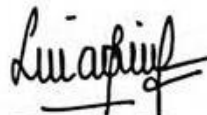


Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP. 197205292006042001

Mengetahui,

Sekretaris Jurusan Manajemen



Lina Dameria Siregar, S.E., M.M.

NIP. 198909240190323021

ASLI

JURUTAN PENYEMEN 13 / 5 2024
PABEST / BK / 1111

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND E-TRUST ON THE DECISION TO PURCHASE SRIWIJAYA AIR FLIGHT TICKETS AT TIKET.COM

By:
Agennia Ariyanti

This study aims to examine the effect of e-service quality and e-trust on purchasing decisions Sriwijaya Air airplane tickets on Tiket.com, either partially or simultaneously. This research is a quantitative research type. The population in this study were travelers who had already booked Sriwijaya Air flight tickets at tiket.com. The sample in this study was 100 respondents who used the Non-Probability Sampling technique with the Purposive Sampling method. The data collection instrument for this research uses a questionnaire which is assessed using a Likert scale and has been tested using the SPSS statistics 27 program. This research produces the E-Service Quality and E-Trust variables which have a significant partial and simultaneous influence on Purchasing Decisions.

Keywords: E-Service Quality, E-Trust, Purchasing Decisions.

Advisor

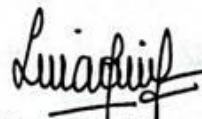


Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP. 197205292006042001

Approved by,

Secretary of The Management Department



Lina Dameria Siregar, S.E., M.M.

NIP. 198909240190323021

LEMBAR PERSETUJUAN ABSTRAK

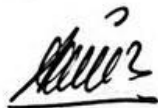
Kami dosen pembimbing menyatakan abstrak skripsi dalam Bahasa Inggris dari

Mahasiswa:

Nama : Agennia Ariyanti
NIM : 01011282025041
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *E-Service Quality* Dan *E-Trust* Terhadap
Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air Di
Tiket.com

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses* nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Pembimbing

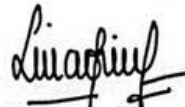


Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si

NIP. 197205292006042001

Mengetahui,

Sekretaris Jurusan Manajemen



Lina Dameria Siregar, S.E., M.M.

NIP. 198909240190323021

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan.....	10
1.4 Manfaat.....	10
1.4.1 Manfaat Praktis	10
1.4.2 Manfaat Teoritis	10
BAB II STUDI KEPUSTAKAAN	11
2.1 Landasan Teori	11
2.1.1 <i>E-Service Quality</i>	11
2.1.2 <i>E-Trust</i>	14
2.1.3 Keputusan Pembelian.....	15
2.2 Penelitian Terdahulu.....	20
2.3 Alur Pikir.....	24
2.4 Hipotesis.....	24
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1 Ruang Lingkup Penelitian	26
3.2 Rancangan Penelitian	26
3.3 Jenis dan Sumber Data	27
3.3.1 Jenis Data	27
3.3.2 Sumber data.....	28
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.4.1 Populasi	28
3.4.2 Sampel.....	29
3.5 Teknik Pengumpulan Data	30
3.5.1 Kuesioner	30
3.5.2 Studi Pustaka	31
3.6 Instrumen Penelitian	31
3.6.1 Uji Validitas	31
3.6.2 Uji Reliabilitas	32

3.7	Uji Asumsi Klasik	33
3.7.1	Uji Normalitas	34
3.7.2	Uji Multikolonieritas	34
3.7.3	Uji Heteroskedastisitas	35
3.8	Teknik Analisis	35
3.8.1	Analisis Regresi Linier Berganda	35
3.8.2	Uji Hipotesis	36
3.8.3	Koefisien Determinasi (R ²)	37
3.9	Definisi Operasional	38
BAB IV PEMBAHASAN.....		39
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	39
4.1.1	Sejarah Tiket.com	39
4.1.2	Visi, Misi dan Logo Tiket.com	40
4.1.3	Sejarah Maskapai Sriwijaya Air.....	41
4.1.4	Visi, Misi dan Logo Sriwijaya Air.....	42
4.2	Gambaran Karakteristik Responden.....	43
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
4.3	Perilaku Responden	48
4.3.1	Perilaku Responden Berdasarkan Frekuensi Pemesanan Tiket Pesawat Sriwijaya Air Di Tiket.com.....	48
4.3.2	Perilaku Responden Berdasarkan Orang yang Memengaruhi untuk Memesan Tiket Pesawat Sriwijaya Air di Tiket.com.....	49
4.3.3	Perilaku Responden Berdasarkan Alasan Melakulan pemesanan tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com.....	50
4.3.4	Perilaku Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Internet	51
4.4	Frekuensi Variabel Penelitian.....	51
4.4.1	Distribusi Frekuensi Variabel <i>E-Service Quality</i> (X1)	52
4.4.2	Distribusi Frekuensi Variabel <i>E-Trust</i> (X2).....	54
4.4.3	Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian (Y1).....	55
4.5	Hasil Uji Instrumen Penelitian	56
4.5.1	Uji Validitas	56

4.5.2	Uji Reliabilitas	58
4.5.3	Uji Normalitas.....	59
4.6	Hasil Uji Asumsi Klasik.....	60
4.6.1	Hasil Uji Normalitas	60
4.6.2	Hasil Uji Multikolinieritas	61
4.6.3	Hasil Uji Heteroskedastisitas	62
4.7	Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda	63
4.8	Hasil Uji Hipotesis	65
4.8.1	Uji t (Parsial).....	65
4.8.2	Uji Hipotesis 1	66
4.8.3	Uji Hipotesis 2	67
4.8.4	Uji F (Simultan)	67
4.8.5	Uji Hipotesis 3	67
4.9	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	68
4.9	Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
4.9.1	Pengaruh Signifikan Parsial <i>E-Service Quality</i> terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air di tiket.com.....	69
4.9.2	Pengaruh Signifikan Parsial <i>E-Trust</i> terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air di tiket.com	70
4.10	Pembahasan Pengaruh Signifikan Simultan.....	71
BAB V_KESIMPULAN DAN SARAN		73
5.1	Kesimpulan.....	73
5.2	Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA.....		75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Peringkat online travel agent di Indonesia.....	2
Gambar 1. 2 Maskapai yang Bekerjasama dengan Tiket.com	3
Gambar 1. 3 Maskapai favorite di Indonesia	5
Gambar 2. 1 Tahapan pengambilan keputusan	16
Gambar 4. 1 Logo tiket.com	40
Gambar 4. 2 Logo Sriwijaya Air.....	43
Gambar 4. 3 P-Plot Uji Asumsi Normalitas.....	60
Gambar 4. 4 Histogram Uji Asumsi Normalitas.....	61
Gambar 4. 5 Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas	63

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penjualan tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com tahun 2023	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	20
Tabel 3. 1 Definisi Operasional	38
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	46
Tabel 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	47
Tabel 4. 5 Perilaku Responden Berdasarkan Pemesanan Tiket Pesawat Sriwijaya Air di tiket.com	48
Tabel 4. 6 Perilaku Responden Berdasarkan Orang yang Mempengaruhi	49
Tabel 4. 7 Perilaku Responden Berdasarkan Alasan Memesan Tiket Pesawat Sriwijaya Air di Tiket.Com	50
Tabel 4. 8 Perilaku Responden Berdasarkan Pengalaman Menggunakan Internet	51
Tabel 4. 9 Skala Likert Kategori Rata-Rata Masing-Masing Variabel	52
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel E-Service Quality (X1).....	53
Tabel 4. 11 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel E-Trust (X2).....	54
Tabel 4. 12 Distribusi Frekuensi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	55
Tabel 4. 13 Uji Validitas.....	57
Tabel 4. 14 Uji Reliabilitas	58

Tabel 4. 15 Uji Normalitas.....	59
Tabel 4. 16 Uji Multikolinearitas	62
Tabel 4. 17 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	64
Tabel 4. 18 Hasil Uji t (Parsial)	66
Tabel 4. 19 Hasil Analisis Uji F (Simultan).....	67
Tabel 4. 20 Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	68

BAB I

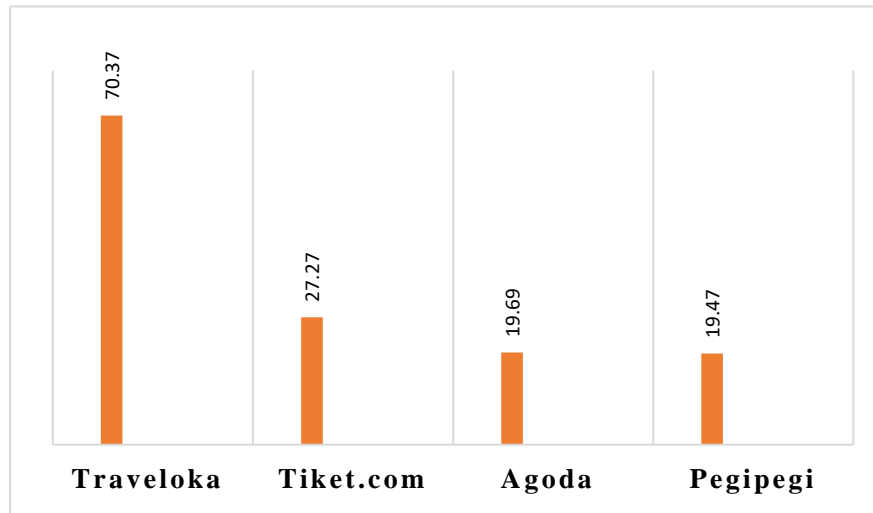
PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Saat ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi tidak bisa dihindari, dan informasi juga semakin mudah didapat sehingga memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Penggunaan internet meningkat pesat di seluruh dunia terutama di Indonesia hal ini dibuktikan berdasarkan *digital (2023)* yang dikeluarkan oleh *we are social* Indonesia bahwa adanya peningkatan pada tahun 2023 sebanyak 213 juta pengguna internet di Indonesia sedangkan pada tahun 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 202 juta orang yang berarti terjadi peningkatan sebesar 5,44%.

Besarnya jumlah pengguna internet di Indonesia didukung oleh pesatnya perkembangan *smartphone*. Semakin berkembang teknologi *smartphone* di Indonesia membuat banyak aplikasi dan *website* yang akhirnya mengubah perilaku masyarakat contohnya saja di sektor transportasi yang saat ini pemesanannya bisa dilakukan melalui *online travel agent*. Dalam kegiatan penjualan *online travel agent* sangat mudah untuk menjual produk kepada konsumen hanya dengan membuat *website* dan memasukkan produk yang mereka minati, konsumen dapat dengan mudah dan aktif mencari informasi destinasi, seperti akomodasi dan harga yang mereka inginkan. Di Indonesia saat ini banyak *online travel agent*

yang memberikan layanan yang sangat baik dan berikut ini data mengenai peringkat *online travel agent* di Indonesia.



Gambar 1. 1 Peringkat *online travel agent* di Indonesia

Sumber: KataData Media Network, 2023.

Berdasarkan Gambar 1.1 Menunjukkan hasil bahwa banyak ragam jenis *online travel agent* seperti tiket.com, traveloka, agoda, pegipegi dan lain-lain. Tiket.com juga menjadi salah satu *online travel agent* yang memiliki reputasi yang sangat baik dan mendapat predikat *silver* menurut hasil riset Indonesia *WOW Brand (2023)* yang dikeluarkan oleh MarkPlus, Inc.

Tiket.com merupakan pionir *online travel agent* di Indonesia yang didirikan pada tahun 2011 oleh Wenas Agusetiawan, Dimas Surya Yaputra, Natali Ardianto, dan Mikhael Gaery Undarsa. Sebelumnya tiket.com bergabung dengan Blibli pada tahun 2017 dan akhirnya ditahun 2021 menjadi anak perusahaan konsolidasi Blibli, dan tiket.com juga menjadi rekan bisnis dari Kereta Api Indonesia. Tiket.com menjadi salah satu *online*

travel agent terbesar di Indonesia yang menawarkan tiket pesawat, kereta api, akomodasi, tiket acara, sewa mobil dan kebutuhan perjalanan lainnya.

Tiket.com memiliki visi misi untuk menyediakan pemesanan perjalanan *online* terbaik melalui *platform online* dan menjadi layanan yang memanfaatkan perkembangan digital untuk mempermudah penumpang *booking* tiket pesawat dengan harga terjangkau, periksa tiket penerbangan di mana saja, kapan saja. Tiket.com juga berkomitmen menjadi *online travel agent* terbaik dan akan terus memberikan pelayanan yang maksimal. Tiket.com telah bermitra dengan beberapa maskapai maskapai besar baik dari dalam negeri maupun luar negeri untuk menawarkan penerbangan yang terbaik untuk para penumpangnya, berikut ini beberapa maskapai yang menjalin kerja sama dengan tiket.com



Gambar 1. 2 Maskapai yang Bekerjasama dengan Tiket.com

Sumber: Tiket.com, 2023

Berdasarkan Gambar 1.2 menunjukkan bahwa tiket.com menjalin kerja sama dengan berbagai maskapai penerbangan seperti Sriwijaya Air, Nam Air, Garuda Indonesia, Citilink, AirAsia, Batik Air, Lion Air, Wings Air, Kalstar Aviation, Malindo Air, Royal Brunei, Thai Lion Air, Scoot, dan masih banyak lagi.

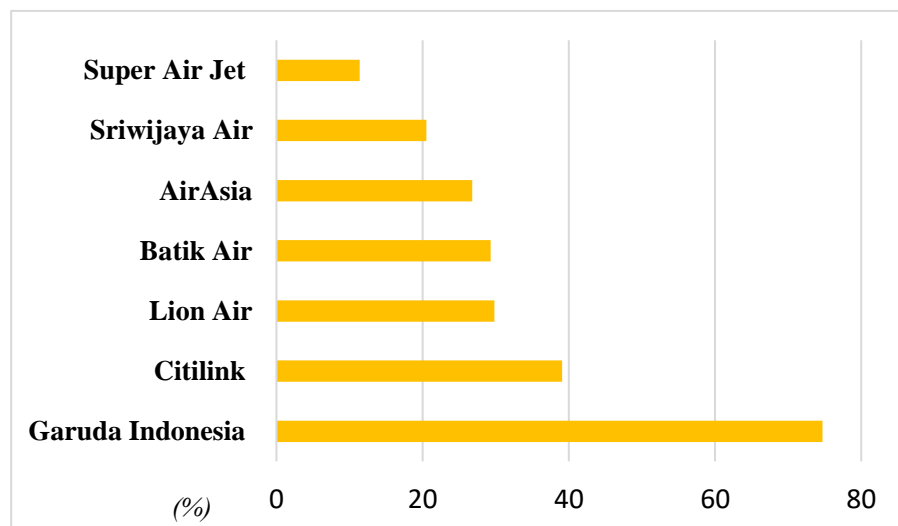
Tiket.com memiliki fitur *smart trip* yang mana pada fitur ini penumpang akan melihat semua pilihan penerbangan berangkat dan pulang

dalam satu layar dengan desain yang simpel dan menarik. Penumpang juga dapat mengakses secara rinci mengenai fasilitas yang ditawarkan oleh setiap maskapai yang dipilih, penumpang bisa melihat jatah bagasi dan ketersediaan makanan gratis dipesawat. *Simple refund*, merupakan fitur yang akan memudahkan para penumpang saat akan membatalkan penerbangan karena alasan tertentu dan akan diproses selambat-lambatnya dalam waktu 14 hari. Fitur terakhir adalah *simple reschedule* yang berguna untuk para penumpang yang ingin mengubah jadwal pesawat mereka.

Tiket.com memberikan kemudahan bagi *agent group* karena di Tiket.com dapat melakukan pemesanan tiket pesawat grup secara *online* dengan menghubungi *customer service* yang akan membantu 24 jam. Tiket.com memberikan keuntungan bagi para penumpangnya dengan memberikan intensif dalam bentuk tiket *points*, intensif tersebut akan didapatkan setelah melakukan transaksi di tiket.com. *Points* yang dikumpulkan penumpang akan memberikan diskon pada transaksi selanjutnya, *points* juga bisa ditukar dengan hadiah yang menarik dari tiket.com. Transaksi melalui tiket.com memiliki inovasi canggih yang akan membuat proses transaksi dilakukan secara online dengan cepat dan tanpa rasa khawatir. Pelanggan dapat membayar tiket pesawat melalui transfer ATM, *mobile banking*, kartu kredit, dompet digital dan metode lainnya yang sudah tersedia di aplikasi tiket.com. Para penumpang yang melakukan transaksi di tiket.com tidak perlu khawatir karena keamanan transaksi di tiket.com menggunakan teknologi *GeoTrust*, *Mastercard SecureCode* dan

Verified By Visa serta setiap data yang diberikan saat melakukan pemesanan tiket akan tersimpan secara otomatis ke sistem *database payment gateway* tiket.com.

PT Sriwijaya Air menjadi salah satu maskapai yang sampai saat ini masih beroperasi dan dipercaya dengan baik oleh masyarakat di tengah persaingan dengan maskapai-maskapai lainnya. Berikut ini ditampilkan data tingkat persaingan sriwijaya air dengan maskapai kompetitor lain.



Gambar 1. 3 Maskapai favorite di Indonesia

Sumber: KataData Media Network, 2023

Berdasarkan Gambar 1.3 menunjukkan bahwa sriwijaya air menjadi salah satu masakapai milik swasta yang masih beroperasi sejak memulai penerbangannya pada tanggal 10 November 2003. Sriwijaya Air mengelompokkan kelas penerbangannya menjadi 3 yaitu, bisnis, eksekutif dan ekonomi. Sriwijaya air termasuk maskapai *medium class* dengan harga yang terjangkau serta memberikan pelayanan *full-service* yang mana maskapai sriwijaya air ini memiliki standar pelayanan dengan fasilitas yang

sangat baik. Sriwijaya Air merupakan salah satu maskapai yang bekerja sama dengan agen perjalanan *online* untuk memudahkan para penumpang baik dalam pemesanan tiket, *check-in online*, *refund*, dan lain-lainnya. *Online travel agent* yang menjalin kerja sama dengan sriwijaya air adalah tiket.com dan berikut ini ditampilkan data dalam 5 bulan terakhir.

Tabel 1. 1 Penjualan tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com tahun 2023

Flown Month	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
Total Pax	1.110 Pax	1.001 Pax	776 Pax	766 Pax	636 Pax

Sumber: Data PT Sriwijaya Air Distric Palembang, 2023

Berdasarkan Tabel 1.1 menunjukkan hasil sekitar 4.289 penumpang sriwijaya air memesan tiket pesawat di tiket.com. Hal ini juga didukung oleh pelayanan terbaik yang diberikan oleh sriwijaya air, maka dapat disimpulkan bahwa tiket.com merupakan pilihan terbaik untuk penumpang sriwijaya air dalam melakukan transaksi pembelian tiket.

Keputusan pembelian merupakan suatu tahapan untuk memilih satu pilihan yang menjadi prioritas dari beberapa pilihan yang ada. Menurut Kotler & Armstrong (2016) keputusan pembelian adalah bagaimana perilaku konsumen dalam memilih, mengidentifikasi, membeli, dan menggunakan keadaan barang atau jasa dan pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen itu sendiri. Keputusan pembelian sangat penting bagi *e-business* karena saat bertransaksi secara *online*, pelanggan akan mempertimbangkan banyak hal sebelum mengambil keputusan pembelian. Perilaku konsumen dalam belanja *online* tentunya berbeda-beda, ada pelanggan yang sangat memperhatikan kualitas

pelayanan yang mencapai tujuan memenuhi kebutuhan sehingga menciptakan kepercayaan atau keyakinan terhadap produk yang ditawarkan.

Penerapan kualitas layanan dalam media elektronik disebut *e-service quality*. Menurut Chase, Jacobs dan Aquilano (2001) *e-service quality* adalah peningkatan mengenai kemampuan situs *web* dalam memfasilitasi belanja dan pembelian yang efisien dan efektif. *E-service quality* adalah kemampuan perusahaan dalam melakukan dan menyediakan fasilitas dan layanan secara *online* melalui aplikasi (Wilis dan Nurwulandari 2020). *E-service quality* menjadi tolak ukur pelanggan yang berhubungan dengan kualitas dan keunggulan dari layanan yang ditawarkan. Oleh karena itu, pentingnya untuk melakukan peningkatan *e-service quality* guna membangun minat pembelian pelanggan. Indikator yang mengukur *e-service quality* menurut Parasuraman (1988) yaitu, *efficiency, reliability, fulfillment, privacy, responsiveness, compensation, contact*.

Penelitian ini mengacu pada faktor *e-service quality* yang diberikan tiket.com terhadap para pelanggannya melalui aplikasi atau *website*. Hal ini termasuk dalam indikator *efficiency, reliability* dan *responsiveness* yang mana kemampuan perusahaan dalam memberikan kemudahan mengakses aplikasi atau *website*. Terdapat beberapa komplain dari pelanggan dikarenakan mereka sulit menjalankan aplikasi tiket.com sebab sering terjadi *crash* saat melakukan pemesanan tiket pesawat. Banyaknya komplain dari pelanggan karena mengalami kesulitan saat menjalankan

fitur-fitur pelayanan aplikasi pada waktu-waktu tertentu yang mana akan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian dari Gusti *et al* (2023) *e-service quality* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, sebaliknya penelitian Nofitasari dan Subagyo (2023) *e-service quality* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Menurut Kasih *et al.*, (2019) kepercayaan pelanggan menjadi suatu ekspektasi terhadap suatu perusahaan, apakah bisa diandalkan dan dipercaya untuk semua janji dari pelayanan yang mereka tawarkan. Setiap perusahaan yang bertransformasi ke bisnis digital atau *online* wajib memberikan rasa kepercayaan kepada pelanggan agar tercipta keputusan pembelian pelanggan. Sebuah kepercayaan pelanggan tidak terjadi secara instan, melainkan harus dibangun sejak awal dan kepercayaan pelanggan perlu untuk selalu ditingkatkan khususnya untuk *platform online* karena kepercayaan menjadi suatu landasan dalam berbisnis. *E-trust* memiliki peran penting untuk mempengaruhi hubungan antara pelanggan dan perusahaan (Syahidah dan Aransyah 2023). *E-trust* memiliki 3 indikator menurut Kim *et al.*, (2003) yaitu *ability*, *benevolence*, dan *integrity*.

Variabel *e-trust* ini mengacu pada fenomena yang berkaitan dengan indikator *ability* dan *integrity* kemampuan perusahaan dalam mengamankan proses transaksi terutama proses *refund* ditambah dengan maraknya kasus pembobolan berbasis teknologi dan adanya komplain mengenai proses *refund* yang tidak sesuai janji, adanya pembatalan dari pihak *customer*

service secara sepihak serta fitur-fitur yang disediakan tidak sesuai harapan pelanggan. Hal ini bisa membuat kepercayaan dari pelanggan menurun karena kepercayaan sangat penting, jika tidak ada lagi kepercayaan maka tidak akan terjadi keputusan pembelian. Maka dari itu penelitian ini memilih *traveler* yang sudah pernah membeli tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com sebagai subjek penelitian. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian Permana dan Ratnasari (2023) *e-trust* berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, berbeda dengan penelitian Devi, Hamid, dan Maszudi (2023) *e-trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Berdasarkan fenomena yang telah diuraikan diatas, maka penulis tertarik mengambil judul “**Pengaruh *E-service Quality* dan *E-Trust* terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Sriwijaya Air di Tiket.com**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah dijelaskan di atas, maka permasalahan yang dapat peneliti rumuskan adalah :

1. Apakah *e-service quality* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com?
2. Apakah *e-trust* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com?
3. Apakah *e-service quality* dan *e-trust* berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com?

1.3 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com
2. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh *e-trust* terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com
3. Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh secara simultan antara *e-service quality* dan *e-trust* terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan bisa memperluas pengetahuan peneliti tentang seberapa berpengaruhnya *e-service quality* dan *e-trust* terhadap keputusan pembelian tiket pesawat sriwijaya air di tiket.com dan sebagai referensi bagi perusahaan dalam mengambil sikap yang lebih baik lagi demi mempertahankan eksistensi dari aplikasi tiket.com dan juga maskapai sriwijaya air.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan sebagai bahan pemikiran pengembangan teori dan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh *e-service quality* dan *e-trust* terhadap keputusan pembelian produk atau jasa.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, Vera, Rotua Sinurat, and Mochammad Mukti Ali. 2020. “*Analysis of E-Service Quality and Quality Information on Trust and Impact on Purchase Decision on Consumer Tokopedia (Case Study of Tokopedia Customers in Tangerang City).*” *International Journal of Innovative Science and Research Technology* 5(3): 538–48.
- Ardiansyah, Ardiansyah, and Herry Nurdin. 2020. “Pengaruh Diskon Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Shopee (Studi Kasus Mahasiswa Stie Bima).” *jurnal akuntansi* 5(2)
- Berliana, Cindy, and Sanaji. 2022. “*Satisfaction As A Mediation Variable Satisfaction Sebagai Variabel Mediasi.*” *Management Studies and Entrepreneurship Journal* 3(August): 2397–2413.
- Chase, Jacobs and Aquilano. 2001. *Operations Management for Competitive Advantage, 11/e (CJA)*. McGraw-Hill Irwin.
- Devi, Sari, Rahmad Solling Hamid, and Edi Maszudi. 2023. “Peran E-Wom e-Service Quality Dan e-Trust Dalam Menentukan Keputusan Pembelian.” *Jesya* 6(2): 1888–98.
- “Digital 2023- We Are Social Indonesia.”
- Djarwanto. 2003. *Pokok-Pokok Metode Riset Dan Bimbingan Teknis Penulisan. Skripsi*. Yogyakarta: Liberty. Depdiknas.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. 8th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

- Gusti, I et al. 2023. "The Influence of E-Service Quality, E-Trust and E-Wom on Live Streaming Purchase Decisions." *Eksis* 17(2): 199–210.
- Janna, Nilda Miftahul, and Herianto. 2021. "Artikel Statistik Yang Benar." *Jurnal Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI)* (18210047): 1–12.
- Kasih, O L, S Avriyanti, and T Rahman. 2019. "Pengaruh E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pengguna Website Traveloka Di Kabupaten Tabalong." *Japb* 2(1): 194–206.
- Keputusan Pembelian di Warung Lesehan Bebek Goreng Asli Gunung Kidul, terhadap, and Soni Am Mustakim. 2019. "Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Brand Awareness Dan Region Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Lesehan Bebek Goreng Asli Gunung Kidul." *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)* 5(1): 20–29.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., dan Rao, H. R. 2003. *Antecedents of Consumer Trust in B-to-C Electronic Commerce*. Proceeding. Americas Conference on Information Systems.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 J. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12 J. Jakarta: PT. Indeks.
- Liani, Anisa Mauta, and Abdul Yusuf. 2021. "Pengaruh E-Trust Terhadap E-Loyalty Dimediasi Oleh E-Satisfaction Pada Pengguna Dompot Digital Gopay." *YUME: Journal of Management* 4(1): 138–49.
www.Marketeters.com.

- Mbete, Goldianus Solangius, and Rinabi Tanamal. 2020. "Mbete, G. S., & Tanamal, R. (2020). Effect of Easiness, Service Quality, Price, Trust of Quality of Information, and Brand Image of Consumer Purchase Decision on Shopee Online Purchase. *Jurnal Informatika Universitas Pamulang*, 5(2), 100. <https://doi.org/10.24127/ji.v5i2.100>." *Jurnal Informatika Universitas Pamulang* 5(2): 100.
- Nazri Wahdana, Muhammad. 2022. "The Effect Of E-Wom, E-Trust And E-Service Quality Islamic On Purchase Decisions On Ms Glow Skincare Products, M. Nazri Wahdana, Et.Al The Effect Of E-Wom, E-Trust And E-Service Quality Islamic On Purchase Decisions On Ms Glow Skincare Products under a Cr." *Jurnal Ekonomi* 11(03):
- Ningtiyas, Anisha Wahyu, Basthoumi Muslih, and Dodi Kusuma Hadi Soedjoko. 2022. "Analisis Pengaruh E-Service Quality, e-Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Artee Collection Nganjuk." *Simposium Manajemen dan Bisnis*: 214–22.
- Nofitasari, Diah, and Ahmad Subagyo. 2023. "Effect of E-Service Quality and Trust on E-Satisfaction and Its Implications on Online Purchase Decisions (Study of Shopee Customers Stie Gici Depok-Indonesia)." *International*
- Nurjanah, Aisah Siti. 2020. "Peran Guru Dalam Mengembangkan Keterampilan Resolusi Konflik Melalui Pembelajaran IPS." : 37–46.
- Parasuraman, Zeithaml VA, and Malhotra A. 1988. "ES-QUAL: A Multiple-Item Scale for Assessing Electronic Service Quality." *Journal of service research* 7(3): 213–33.
- Permana, Radifan Nugraha, and Ina Ratnasari. 2023. "The Influence of E-Service

- Quality, Convenience, and Trust on Online Purchase Decisions at Shopee Marketplace.” *Management Research and Behavior Journal* 3(1): 38.
- Pramuditha, Rufina, Syarifah Hidayah, and Hearning Indriastuti. 2021. “Jurnal Sketsa Bisnis.” *Jurnal Sketsa Bisnis* 08(02): 123–34.
- Sudjiono, Anas. 2010. *Pengantar Statistik Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Press.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, Dan Mudah. Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sutrisno, W., and A. D. Setyawan. 2020. “Analysis of E-Service Quality Influence Through E-Satisfaction on Online Purchasing Decisions (Consumer Survey of PT. X).” *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering* 722(1).
- Syahidah, Andi Arini, and Muhammad Fikry Aransyah. 2023. “Pengaruh E-Service Quality Dan E-Trust Terhadap E-Customer Loyalty Pada Pengguna Dompot Digital DANA Melalui E-Satisfaction Sebagai Variabel Intervening.” *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi dan Komputer)* 12(1): 36–44.
- “The Effect of Service Quality and Trust on Online Purchasing Decisions at Shopee.” 2022. *International Journal of Social Science and Human Research* 5(9): 4021–28.
- “Tiket.Com - Wikipedia Bahasa Indonesia, Ensiklopedia Bebas.”
- Wanuri, Wanuri, Sarbullah Sarbullah, and Eko Dwiyanto. 2022. “The Influence of E-Service Quality, e-Trust, and Product Quality on Purchasing Decisions through the Allofresh Transmart Application.” *Saintekno: Jurnal Sains dan Teknologi* 20(2): 53–59.
- Wedayanti, Ketut Ayu, and I Gusti Agung Ketut Sri Ardani. 2020. “Peran Brand

- Image Memediasi Pengaruh Electronic Word of Mouth Dan Brand Awareness Terhadap Niat Beli.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 9(6): 2434.
- Wibowo, Hermansyah Andi. 2019. “The Mediating Role of E-Satisfaction on the Effect of e-Service Quality Dimensions on e-Loyalty: A Lesson from Bukalapak.Com Indonesia.” *Humanities and Social Sciences Letters* 7(4): 199–203.
- Wilis, Ratih Anggoro, and Andini Nurwulandari. 2020. “*The Effect of E-Service Quality, e-Trust, Price and Brand Image towards e-Satisfaction and Its Impact on e-Loyalty of Traveloka’s Customer.*” *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)* 4(3): 1061–1099.
- Wongso, Defira Amadea. 2020. “Analisa User Experience Terhadap Customer Loyalty Dengan Trust Sebagai Variabel Intervening Pada Aplikasi Ovo Digital Payment.” *Jurnal Strategi Pemasaran* 7(1): 1–11.
- “WOW Brand 2023 Highlights: Car Brand - MarkPlus, Inc - The Leading Marketing Consulting in Indonesia.” <https://www.markplusinc.com/wow-brand-2023-highlights-car-brand> (October 24, 2023).