

**PENGARUH KEPERCAYAAN DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP
E-LOYALTY PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI TRAVELOKA SELAMA
PANDEMI COVID-19**

(Studi Kasus Pelanggan Tiket Pesawat Bagi Pengguna Traveloka di Indonesia)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Skripsi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur**



Disusun Oleh:

PUTRIANA NOVITASARI

17042010073

KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAWA TIMUR

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS

SURABAYA

2021

LEMBAR PERSETUJUAN
PENGARUH KEPERCAYAAN DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP
E-LOYALTY PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI TRAVELOKA
SELAMA PANDEMI COVID-19
(Studi Kasus Pelanggan Tiket Pesawat Bagi Pengguna Traveloka di
Indonesia)

Disusun Oleh:

Putriana Novitasari
NPM. 17042010073

Menyetujui,

PEMBIMBING



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP.196503261993092001

Mengetahui,

DEKAN



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA
NIP.195907011987031001

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH KEPERCAYAAN DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP *E-LOYALTY* PELANGGAN PENGGUNA APLIKASI TRAVELOKA SELAMA PANDEMI COVID-19

(Studi Kasus Pelanggan Tiket Pesawat Bagi Pengguna Traveloka di
Indonesia)

Disusun Oleh:

Putriana Novitasari
NPM. 17042010073

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Pada tanggal 26 Juni 2021

Menyetujui,

PEMBIMBING UTAMA



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 196503261993092001

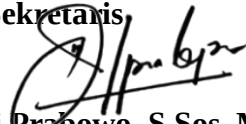
TIM PENGUJI

1. Ketua



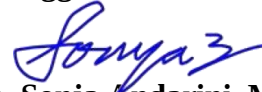
Nurul Azizah, S. AB, M. AB
NIP. 17219910501002

2. Sekretaris



Budi Prabowo, S.Sos, MM
NIP.196112241989031007

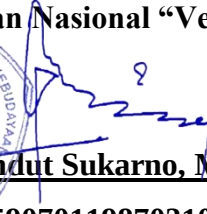
3. Anggota



Dra. Sonja Andarini, M.Si
NIP. 19650326199309200

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur



Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS., CHRA
NIP.195907011987031001

ABSTRAK

PUTRIANA NOVITASARI, 17042010073, Pengaruh Kepercayaan dan *E-Service Quality* Terhadap *E-Loyalty* Pelanggan Pengguna Aplikasi Traveloka Selama Pandemi *Covid-19*

(Studi Kasus Pelanggan Tiket Pesawat Bagi Pengguna Traveloka di Indonesia)

Penulisan karya tulis ini bertujuan untuk menjelaskan dan menganalisis adanya pengaruh Kepercayaan dan *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* pelanggan pengguna aplikasi Traveloka pada pembelian tiket pesawat selama pandemi *Covid-19* yang dapat dijelaskan secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan alat uji Regresi Linier Berganda dan merupakan penelitian kuantitatif sehingga data yang diperoleh berdasarkan hasil pernyataan pada kusioner yang diisi sebanyak 100 responden sebagai populasi pada penelitian. Sampel penelitian ini adalah pelanggan pengguna aplikasi Traveloka yang telah melakukan pembelian minimal 2x selama pandemi *Covid-19*. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* dan teknik analisis data yang digunakan menggunakan SPSS. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat adanya pengaruh variabel Kepercayaan dan variabel *E-Service Quality* terhadap *E-Loyalty* Pelanggan pengguna aplikasi Traveloka selama pengguna aplikasi Traveloka dalam pembelian tiket pesawat minimal 2x selama pandemi. Variabel Kepercayaan (X_1) dan *E-Service Quality* (X_2) memiliki pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap Variabel *E-Loyalty* (Y) sebesar 63.3 %. Hal ini membuktikan bahwa selama pandemi *Covid-19*, pelanggan yang membeli tiket pesawat melalui traveloka mengalami peningkatan, karena adanya kepercayaan dan *E-Service Quality* yang dibangun pihak Traveloka yang menjadikan pelanggan Traveloka loyal.

Kata Kunci : Kepercayaan, *E-Quality Service*, *E-Loyalty*

ABSTRACT

PUTRIANA NOVITASARI, 17042010073, *The Effect of Trust and E-Service Quality on E-Loyalty of Customers Using Traveloka Applications During the Covid-19 Pandemic*

(Case Study of Airline Ticket Customers for Traveloka Users in Indonesia)

The purpose of this paper is to explain and analyze the influence of Trust and E-Service Quality on the E-Loyalty of customers using the Traveloka application on purchasing airline tickets during the Covid-19 pandemic which can be explained partially and simultaneously. This study uses Multiple Linear Regression test equipment and is a quantitative study so that the data obtained is based on the results of statements in the questionnaire filled with 100 respondents as the population in the study. The sample of this research is customers who use the Traveloka application who have made purchases at least 2 times during the Covid-19 pandemic. The sampling technique used was purposive sampling and the data analysis technique used was SPSS. The results of this study indicate that there is an influence of the Trust variable and the E-Service Quality variable on the E-Loyalty of customers using the Traveloka application as long as the Traveloka application user purchases flight tickets at least twice during the pandemic. The variables of trust and E-service quality have a partial or simultaneous effect on the E-Loyalty variable of 63.3%. This proves that during the Covid-19 pandemic, customers who bought airline tickets through Traveloka experienced an increase, due to the trust and E-Service Quality built by Traveloka which made Tarveloka customers loyal.

Key word: Kepercayaan, E-Quality Service, E-Loyalty

KATA PENGANTAR

Puji Tuhan kepada hadirat-Nya Yesus Kristus, karena berkat hikmat dan karunia-Nyalah penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kepercayaan dan *E-Service Quality* Terhadap *E-loyalty* Pelanggan Pengguna Aplikasi Traveloka Selama Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pelanggan Tiket Pesawat Bagi Pengguna Traveloka di Indonesia)**

Adapun maksud dan tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu tugas akhir sebagai syarat kelulusan, Administrasi Bisnis, FISIP UPN “Veteran” Jawa Timur. Selama penelitian dan penulisan skripsi ini banyak sekali hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan, dorongan serta bimbingan dari berbagai pihak,

Oleh karena itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu Dra. Sonja Andarini, M.Si, selaku dosen Pembimbing atas segala bimbingan dan saran kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Kemudian dikesempatan ini saya selaku penulis juga mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan penelitian ini, diantaranya :

1. Bapak Dr. Drs. Ec. Gendut Sukarno, MS, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

2. Ibu Dra. Siti Ning Farida, M.Si selaku Koordinator Program studi Administrasi Bisnis Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Kepada perusahaan Traveloka.com PT.Trinusa Travelindo.
4. Bapak dan Ibu selaku dosen Program studi Administrasi Bisnis Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
5. Papa dan Mama dan keluarga tercinta atas segala bantuan, bimbingan, dorongan serta doa yang diberikan kepada penulis selama penyusunan skripsi.
6. Rekan-rekan Mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis 2017: Sarah Regina, Robhittur R., Dhyna Putri dan Willy Randy atas segala bantuan dan kerja samanya.

Maka sampailah hasil akhir skripsi ini dapat terselesaikan dengan sebaik-baiknya. Penulis berpendapat bahwa skripsi ini adalah sebuah karya terbaik yang dapat penulis kerjakan. Namun banyak hal yang sadari bahwa tidak menutup kemungkinan adanya kekurangan dalam penulisan. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan. Akhir kata, semoga penelitian dalam skripsi ini dapat menjadi manfaat bagi penulis khususnya dan bagi para pembaca.

Surabaya, Juni 2021

Penulis

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	II
LEMBAR PENGESAHAN.....	III
ABSTRAK.....	IV
ABSTRACT	V
KATA PENGANTAR.....	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR GAMBAR.....	XV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Secara Praktis.....	8
1.4.2 Secara Teoritis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori	11
2.2.1 Pemasaran	11
2.2.1.1 Bauran Pemasaran	13
2.2.2 Pengertian <i>E-Marketing</i>	14
2.2.2.1 Pengaruh <i>E-Marketing</i>	15

2.2.2.2Tujuan dan Manfaat E-Marketing.....	17
2.2.3Digital Marketing	18
2.2.4 Pemasaran Jasa	20
2.2.4.1Pengertian Jasa	21
2.2.4.2Klasifikasi Jasa.....	21
2.2.4.3Bauran Pemasaran Jasa	24
2.2.5Kepercayaan	25
2.2.5.1 Variasi Kepercayaan Konsumen	27
2.2.5.2Indikator Kepercayaan.....	28
2.2.6 Pelayanan	31
2.2.6.1Kualitas Pelayanan	31
2.2.6.2Strategi Meningkatkan Kualitas Pelayanan	34
2.2.6.3Faktor-faktor Yang mempengaruhi Kurangnya Kualitas Pelayanan.....	37
2.2.7E-Service Quality	40
2.2.7.1 Indikator E - Service Quality.....	40
2.2.8E-Loyalty.....	41
2.2.8.1 Indikator E - Loyalty	42
2.2.9E-commerce	43
2.3Kerangka Berpikir	44
2.4Hipotesis	45
BAB III METODELOGI PENELITIAN	47
3.1Jenis Penelitian.....	47

3.2	Definisi Operasional Variabel.....	47
3.2.1	Variabel Bebas.....	48
3.2.2	Variabel Terikat (Y).....	49
3.2.3	Skala Pengukuran Variabel	50
3.3	Populasi, Sampel, dan Teknik Penarikan Sampel	51
3.3.1	Populasi.....	51
3.3.2	Sampel.....	51
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel.....	53
3.4	Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1	Jenis Data	54
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	54
3.5	Teknik Analisis Data Dan Pengujian Hipotesis	55
3.5.1	Teknik Analisis Data	55
3.5.1.1	Uji Validitas	55
3.5.1.2	Uji Reliabilitas	57
3.5.1.3	Uji Asumsi Klasik	58
3.5.1.3.1	Uji Normalitas	58
3.5.1.3.2	Uji Multikoliniertias	60
3.5.1.3.3	Uji Heteroskedastistas	61
3.5.1.3.4	Uji Autokorelasi	62
3.5.1.4	Regresi Linier Berganda.....	63
3.5.1.5	Uji Hipotesis.....	65
3.5.1.5.1	Uji F (Simultan).....	66

3.5.1.5.2 Uji t (Parsial).....	68
3.6 Jadwal Penelitian	70
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	71
4.1 Gambaran Umum objek penelitian	71
4.1.1 Sejarah PT. Trinusa Travelindo	71
4.1.2 Profil Perusahaan	72
4.1.3 Visi dan Misi	73
4.1.4 Struktur Perusahaan	74
4.1.5 Job Description Perusahaan	74
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	76
4.2.1 Data Karakteristik Responden	76
4.2.1.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.2.1.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	77
4.2.1.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	78
4.2.1.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Wilayah	79
4.2.2 Hasil Deskripsi Variable Penelitian	80
4.2.2.1 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X1)	80
4.2.2.2 Deskripsi Variabel Kepercayaan (X2)	84
4.2.2.3 Deskripsi Variabel E-Loyalty (Y).....	87
4.3 Teknik Analisis Data	88
4.3.1 Uji Validitas	88
4.3.2 Uji Raliabilitas	94
4.3.3 Uji Asumsi Klasik	95
4.3.3.1 Uji Normalitas	95

4.3.3.2 Uji Multikolinieritas	97
4.3.3.3 Uji Heteoskedastisitas	98
4.3.3.4 Autokorelasi	100
4.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	102
4.4 Uji Hipotesis	103
4.4.1 Uji F (Simultan).....	103
4.4.2 Uji T (Parsial)	105
4.4.3 Koefisien Determinasi	108
4.5 Pembahasan	109
4.5.1 Pengaruh Kepercayaan dan E-Quality Service Terhadap E-Loyalty Pelanggan secara Simultan	109
4.5.2 Pengaruh Kepercayaan Secara Parsial Terhadap E-Loyalty Pelanggan Secara Parsial	110
4.6 Penelitian terdahulu	112
4.6.1 Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	113
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	115
5.1 Kesimpulan.....	115
5.2 Saran.....	117
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Pengukuran.....	50
Tabel 3.2 Kriteria Pengujian Durbin-Watson	63
Tabel 3.3 Jadwal Penelitian	70
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	76
Tabel 4.2 Usia Responden.....	77
Tabel 4.3 Status Pekerjaan Responden	78
Tabel 4.4 Status wilayah Responden	79
Tabel 4.5 Jawaban Responen Variabel Kepercayaan (X ₁)	81
Tabel 4.6 Jawaban Responen Variabel E-Service Quality (X ₂).....	83
Tabel 4.7 Jawaban Responen Variabel E-Loyalty(Y)	86
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Kepercayaan	91
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Variabel E-quality Service	92
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Variabel E-loyalty.....	93
Tabel 4.11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	94
Tabel 4.12 Hasil One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test.....	96
Tabel 4.13 Uji Multikolonieritas	98
Tabel 4.14 Hasil Uji Heteroskedastisitas	100
Tabel 4.15 Hasil Uji Autokorelasi.....	101
Tabel 4.16 Regresi Linier Berganda.....	102
Tabel 4.17 Hasil Uji Statistik F.....	104
Tabel 4.18 Uji t parsial.....	106
Tabel 4.19 Koefisien Determinasi (R ²)	108

Table. 4.20 Matriks Perbedaan dan Persamaan Penelitian	112
---	------------

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Traffic Situs Tiket Pesawat dan Hotel 2020	2
Gambar 1.2 Top Brand Index Booking Tiket Pesawat dan Travel pada Traveloka di Indonesia Tahun 2020.....	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	45
Gambar 3.1 Pengukuran Sampel	52
Gambar 3.2 Daerah Penerimaan/Penolakan Hipotesis secara Simultan	67
Gambar 3.3 Kurva Uji T	69
Gambar 4.1 Lambang Perusahaan Pt Trinusa Travelindo	72
Gambar 4.2 Struktur Perusahaan.....	74
Gambar 4.3 Grafik Histogram	95
Gambar 4.4 Normal Probability Plot.....	95
Gambar 4.5 Grafik Scatter Plot Uji Heteroskedastisitas	99