

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA  
TIKET.COM DI SURABAYA**

**SKRIPSI**



Diajukan Oleh:

AINAN SALSABILA  
20012010199/FEB/EM

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2025**

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA  
TIKET.COM DI SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan  
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen  
Program Studi Manajemen**



**Diajukan Oleh:**

**AINAN SALSABILA  
20012010199/FEB/EM**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"  
JAWA TIMUR**

**2025**

**SKRIPSI**

**PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN E-TRUST TERHADAP  
REPURCHASE INTENTION PADA PENGGUNA  
TIKET.COM DI SURABAYA**

**Disusun Oleh:**

**AINAN SALSABILA**  
**20012010199/FEB/EM**

**Telah Dipertahankan dan Diterima oleh Tim Penguji Skripsi  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur  
Pada Tanggal: 14 Januari 2025**

**Koordinator Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

**Pembimbing Utama**

  
**Dr. Wiwik Handayani, SE, M.Si**  
**NIPPPK. 196901132021212003**

  
**Drs. Ec. Hery Pudjoprastyono, M.M.**  
**NIP. 196203181988031002**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur**

  
  
**Dr. Dra. Ec. Tri Kartika Pertiwi, M.Si, CRP**  
**NIP. 196304201991032001**

## SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ainan Salsabila

NPM : 20012010199

Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Judul Skripsi / Tugas Akhir : Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap  
*Repurchase Intention* Pada Pengguna Tiket.com Di Surabaya

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik baik di UPN "Veteran" Jawa Timur maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain kecuali arahan pembimbing akademik.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima konsekuensi apapun, sesuai dengan ketentuan yang berlaku di UPN "Veteran" Jawa Timur.

Surabaya, 14 Januari 2025

Yang Menyatakan



(Ainan Salsabila)

## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi yang berjudul “Pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Pengguna Tiket.com di Surabaya”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis tentunya banyak menemukan kendala dan hambatan. Akan tetapi, berkat doa, bimbingan, dukungan, dan arahan berbagai pihak akhirnya skripsi ini dapat selesai dengan baik dan benar. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terlibat dan membantu menyelesaikan penyusunan proposal ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Akhmad Fauzi, M.MT, CHRA. selaku Rektor Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Wiwik Handayani, S.E., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
3. Bapak Hery Pudjoprastyono, M.M. selaku Dosen Pembimbing Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah membimbing dan memberikan arahan serta bantuan kepada penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

4. Bapak ibu dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur yang telah berkenan memberikan ilmunya selama kuliah dan memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Karnoto dan Ibu Sumarlik selaku kedua orang tua penulis yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan moril, materil, serta doa yang selalu dipanjatkan untuk penulis selama kuliah hingga penyelesaian skripsi ini.
6. Keluarga besar penulis yang telah memberikan semangat dan motivasi yang besar kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Nurul Rohman sebagai kekasih penulis yang selalu menemani, mendukung, dan membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi. Terima kasih selalu setia, ada, dan memberikan semangat, saran, serta dukungan yang maksimal sehingga penulis kuat dan mampu berproses hingga sekarang.
8. Nailul Izzah, Iffany Syafika Rani, dan Hilda Salwa Sabila sebagai adik serta teman dekat penulis yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
9. Chika Deviyanti, Vanny Intan Rachma Sari, dan Priscillia Putri Mukhtar sebagai sahabat baik penulis yang selalu ada dan menghibur penulis serta memberikan semangat dan saran selama penyusunan skripsi ini.
10. Listiana Anggraini, Maulita Ayubi Rahma, Bernika Maura Alfionita, dan Rani Maghfiratul Layli yang telah memberikan semangat, dukungan, dan kebersamaan selama kuliah.

11. Semua teman-teman penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu.

Terima kasih telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga kita bisa dipertemukan lagi dengan kesuksesan masing-masing.

12. Terakhir, terima kasih teruntuk diri sendiri karena mampu menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena terus berusaha dengan kuat dan tegar. Semoga dengan proses ini bisa menjadi pengantar yang baik untuk kehidupan selanjutnya. Tetap bersyukur dan berusaha menjadi orang baik.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kesalahan baik dari segi teknis maupun penyusunan. Oleh karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat penulis harapkan demi kebaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Sidoarjo, 23 September 2024

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I: PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II: TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Landasan Teori .....	14
2.2.1 Manajemen Pemasaran .....	14
2.2.2 Perilaku Konsumen .....	14
2.2.2 <i>E-Service Quality</i> .....	15
2.2.3 <i>E-Trust</i> .....	18
2.2.4 <i>Repurchase Intention</i> .....	20
2.3 Hubungan Antar Variabel .....	21
2.3.1 Hubungan <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	21

2.3.2 Hubungan <i>E-Trust</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	23
2.4 Kerangka Konseptual .....	24
2.5 Hipotesis .....	25
<b>BAB III: METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>26</b>
3.1 Operasional dan Pengukuran Variabel .....	26
3.1.1 Definisi Operasional Variabel .....	26
3.1.2 Pengukuran Variabel .....	29
3.2 Teknik Penentuan Sampel .....	30
3.2.1 Populasi .....	30
3.2.2 Sampel .....	30
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	32
3.3.1 Jenis Data .....	32
3.3.2 Sumber Data .....	32
3.3.3 Metode Pengumpulan Data .....	32
3.4 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	33
3.4.1 Uji Validitas .....	33
3.4.2 Uji Reliabilitas .....	33
3.5 Teknik Analisis dan Uji Hipotesis .....	34
3.5.1 Teknik Analisis Data .....	34
3.5.2 Cara Kerja PLS .....	35
3.5.3 Langkah Kerja PLS .....	35
3.5.4 Asumsi PLS .....	44

3.5.5 Ukuran Sampel .....	44
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	45
4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan .....	45
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan .....	47
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Penyebaran Kuesioner .....	48
4.2.2 Karakteristik Responden .....	48
4.2.3 Deskripsi Hasil Penelitian .....	50
4.2.3.1 <i>E-Service Quality</i> .....	50
4.2.3.2 <i>E-Trust</i> .....	56
4.2.3.3 <i>Repurchase Intention</i> .....	57
4.3 Analisa dan Pengujian Hipotesis .....	59
4.3.1 Interpretasi Hasil PLS .....	59
4.3.1.1 Pengujian Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	59
4.3.1.2 Analisis Hasil PLS .....	67
4.3.1.3 Evaluasi Pengujian Struktural Model ( <i>Inner Model</i> ) .....	68
4.3.1.4 Pengujian Hipotesis .....	71
4.4 Pembahasan .....	72
4.4.1 Pengaruh <i>E-Service Quality</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	72
4.4.2 Pengaruh <i>E-Trust</i> Terhadap <i>Repurchase Intention</i> .....	74
<b>BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>77</b>

5.1 Kesimpulan .....	77
5.2 Saran .....	78
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>79</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>83</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1.1</b> <i>Top Brand Index</i> Kategori Retail Situs <i>Online Booking</i> Tiket Pesawat dan <i>Travel</i> Tahun 2020-2024 .....	4
<b>Tabel 4.1</b> Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	48
<b>Tabel 4.2</b> Karakteristik Usia Responden .....	49
<b>Tabel 4.3</b> Karakteristik Domisili Responden .....	50
<b>Tabel 4.4</b> Jawaban Responden <i>E-Service Quality</i> .....	51
<b>Tabel 4.5</b> Jawaban Responden <i>E-Trust</i> .....	56
<b>Tabel 4.6</b> Jawaban Responden <i>Repurchase Intention</i> .....	58
<b>Tabel 4.7</b> <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Value, P-Value)</i> Antara Dimensi dengan Variabel .....	60
<b>Tabel 4.8</b> Nilai <i>Loading Factor Variable</i> .....	62
<b>Tabel 4.9</b> <i>Cross Loading</i> .....	64
<b>Tabel 4.10</b> <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	65
<b>Tabel 4.11</b> <i>Composite Reliability</i> .....	66
<b>Tabel 4.12</b> <i>R-Square</i> .....	70
<b>Tabel 4.13</b> <i>Path Coefficients (Mean, STDEV, T-Value, P-Value)</i> .....	71

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Ulasan Pengguna Layanan Tiket.com .....	3
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Konseptual .....	24
<b>Gambar 3.1</b> Diagram Jalur <i>Partial Least Square</i> .....	36
<b>Gambar 4.1</b> Logo PT <i>Global Tiket Network</i> .....	45
<b>Gambar 4.2</b> <i>Outer Model</i> dengan <i>Factor Loading</i> , <i>Path Coefficient</i> dan <i>R-Square</i> .....	67
<b>Gambar 4.3</b> <i>Inner Model</i> dengan Nilai Signifikansi <i>T-Statistic Bootstrapping</i> ..	69

## DAFTAR LAMPIRAN

<b>Lampiran 1.</b> Kuesioner Penelitian .....	83
<b>Lampiran 2.</b> Rekapitulasi Jawaban Responden .....	88
<b>Lampiran 3.</b> Hasil Olah Data SmartPLS .....	91

**PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN *E-TRUST* TERHADAP  
*REPURCHASE INTENTION* PADA PENGGUNA  
TIKET.COM DI SURABAYA**

**Oleh:**

**AINAN SALSABILA  
20012010199/FEB/EM**

**ABSTRAK**

Perkembangan ilmu teknologi berbasis digitalisasi pada sektor bisnis sangat diperlukan dan menjadi daya tarik yang tinggi. Kualitas suatu produk atau jasa terus dikembangkan secara *online* melalui media internet. Perusahaan Tiket.com yang bergerak dalam bidang *online travel agent* (OTA) ini berada di bawah naungan PT *Global Tiket Network*. Tiket.com menjadi *index top brand* kedua setelah Traveloka dengan indeks yang mirip dari tahun ke tahun yaitu mengalami penurunan tahun 2022 ke tahun 2023.

Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui pengaruh *E-Service Quality* dan *E-Trust* terhadap *Repurchase Intention* pada pengguna Tiket.com di Surabaya. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif. Populasinya yaitu pengguna Tiket.com. Sementara sampel penelitian yaitu pengguna Tiket.com di Surabaya. Adapun peneliti menetapkan penggunaan teknik *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Peneliti menggunakan kuesioner yang disebar kepada 130 responden dari usia 17-35 yang berada di Surabaya. Data yang didapatkan akan dianalisis menggunakan SmartPLS 3.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *E-Service Quality* memiliki pengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*, *E-Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*, dan *E-Service Quality* dan *E-Trust* berpengaruh positif signifikan terhadap *Repurchase Intention*.

**Kata Kunci:** Electronic Service Quality; Electronic Trust; Repurchase Intention