



**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
KEPERCAYAAN PENGGUNA TRAVELOKA  
(STUDI PENGGUNA TRAVELOKA PATI)**

**Skripsi**

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

**Disusun Oleh**  
NURUL WIDI HARDIANI  
NIM 2019-11-383

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2024**



**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI  
KEPERCAYAAN PENGGUNA TRAVELOKA  
(STUDI PENGGUNA TRAVELOKA PATI)**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Muria Kudus

Oleh:  
NURUL WIDI HARDIANI  
201911383

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**2024**

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN  
PENGGUNA TRAVELOKA  
(STUDI PENGGUNA TRAVELOKA PATI)**

Nama : Nurul Widi Hardiani  
NIM : 201911383  
Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui untuk dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian  
Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Tanggal.....2023

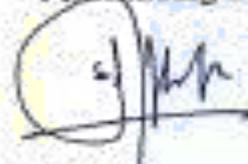
Pembimbing I



Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.

NIDN. 0630098401

Pembimbing II



Faridhatun Faidah, S.E., M.M.

NIDN. 0601099201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Manajemen



Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.

NIDN. 0024037701

**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN  
PENGGUNA TRAVELOKA**

**(STUDI PENGGUNA TRAVELOKA PATI)**

Nama : Nurul Widi Hardiani

NIM : 201911383

Program Studi : Manajemen

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus

Kudus,

2023

Mengetahui,

Ketua Program Studi

  
(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M.)

NIDN. 0024037701

Mengetahui

Dekan

  
  
(Dr. Kertati Sultekar, S.E., M.M.)

NIDN. 0616077304

Pembimbing I

  
(Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K.)

NIDN. 0630098401

Pembimbing II

  
(Faridhatun Faidah, S.E., M.M.)

NIDN. 0601099201

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kemampuannya.”

(QS. Al-Baqarah: 286)

“Orang yang hebat adalah orang yang memiliki kemampuan menyembunyikan kesusahan, sehingga orang lain mengira bahwa ia selalu senang.”

(Imam Syafi’i)

### Persembahan:

- Kedua Orang tuaku tercinta Bapak Ramidi dan Ibu Suharti
- Keluarga besar tersayang
- Dosen jurusan Manajemen
- Teman – teman seperjuangan
- Serta almamaterku tercinta

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kehadiran Allah atas ridho-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh *E-Service Quality* dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Kepercayaan Pengguna Traveloka (Studi Pengguna Traveloka Pati)**”.

Skripsi ini ditulis dengan tujuan untuk memenuhi salah satu syarat Ujian Sarjana Ekonomi Program Studi S1 Manajemen Universitas Muria Kudus. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh sebab itu penulis berharap adanya kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Selesaiannya skripsi ini tak terlepas dari bantuan berbagai pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik secara moril maupun materil, secara langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Darsono, M. Si. selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Ibu Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Ibu Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.

4. Ibu Dina Lusianti, S.E., M.M., A.A.K. selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktunya dan membantu serta membimbing penulis dengan penuh kesabaran dari awal hingga selesainya penyusunan skripsi.
5. Ibu Faridhatun Faidah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberi petunjuk, mengarahkan, dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama ini kepada penulis sebelum penyusunan skripsi berlangsung.
7. Teristimewa untuk cinta pertama dan panutan penulis yaitu Bapak Ramidi dan Ibu Suharti yang selalu memberikan kasih sayang luar biasa hingga saat ini, tak pernah lelah membimbing dan memberi motivasi, serta tak pernah lelah berdo'a untuk penulis. Ketulusan dan jerih payahnya hanyalah Allah yang dapat membalas, semoga penulis dapat memberikan yang terbaik untuk bapak dan ibu.
8. Adik tercinta Narendra Arya Putra yang menjadi motivasi penulis untuk segera menyelesaikan skripsi.
9. Keluarga besar tercinta yang memberikan do'a dan dukungannya kepada penulis yang tak pernah putus.
10. Teman terbaik penulis yaitu Resma Deyani yang senantiasa kebersamai penulis dalam menyelesaikan skripsi, mendengarkan keluh kesah penulis dan memberi motivasi serta semangat yang luar biasa.

11. Teman-teman manajemen sepejuangan yang senantiasa memberi semangat, motivasi, dan dukungan kepada penulis setiap saat.
12. Semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dan tidak dapat disebutkan satu per satu.
13. Dan yang terakhir, terimakasih yang sebesar-besarnya kepada diri sendiri yang selalu berusaha dan terus berjuang sampai akhirnya skripsi ini terselesaikan.

Akhir kata penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan menjadi bahan masukan bagi dunia pendidikan dan penelitian selanjutnya.

Kudus,

November 2023

Penulis

Nurul Widi Hardiani

NIM. 201911383



**ANALISIS PENGARUH *E-SERVICE QUALITY* DAN CITRA MEREK  
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KEPERCAYAAN  
PENGGUNA TRAVELOKA  
(STUDI PENGGUNA TRAVELOKA PATI)**

NAMA: NURUL WIDI HARDIANI

NIM: 201911383

Pembimbing 1 : Dina Lusiati, S.E., M.M., A.A.K.

2 : Faridhatun Faidah, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**ABSTRAKSI**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-service quality* dan citra merek terhadap keputusan pembelian melalui kepercayaan pengguna traveloka (studi pengguna Traveloka Pati). Populasi dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya, sampel yang diambil sebanyak 126 responden. Data yang digunakan dalam penelitian ini diambil dengan cara menyebarkan kuesioner melalui *link google form*. Alat analisis yang digunakan yaitu AMOS 24.0. Penelitian ini memiliki hasil *E-Service Quality* dan Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, *E-Service Quality* berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepercayaan Konsumen, Kepercayaan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, Kepercayaan konsumen memediasi secara parsial pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian. Kepercayaan konsumen memediasi secara parsial pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian. Saran pada penelitian ini yaitu Traveloka lebih meningkatkan *e-service quality* dan memperhatikan citra merek perusahaan sehingga dapat meningkatkan kepercayaan pengguna dan keputusan pembelian dari konsumen Traveloka Pati.

Kata Kunci: *E-Service Quality*, Citra Merek, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

***ANALYSIS OF THE INFLUENCE OF E-SERVICE QUALITY AND BRAND  
IMAGE ON PURCHASING DECISIONS THROUGH TRAVELOKA USER  
TRUST  
(TRAVELOKA PATI USER STUDY)***

NAMA : NURUL WIDI HARDIANI

NIM : 201911383

Pembimbing 1 : Dina Lusiati, S.E., M.M., A.A.K.

2 : Faridhatun Faidah, S.E., M.M.

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**

**FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT STUDY**

**PROGRAM**

***ABSTRACTION***

*This research aims to determine the influence of e-service quality and brand image on purchasing decisions through Traveloka user trust (Traveloka Pati user study). The population in this study is unknown, the sample taken was 126 respondents. The data used in this research was taken by distributing questionnaires via the Google Form link. The analysis tool used is AMOS 24.0. This research has the results that E-Service Quality and Brand Image have a positive and significant influence on Purchasing Decisions, E-Service Quality has a positive and insignificant influence on Consumer Trust, Brand Image has a positive and significant influence on Consumer Trust, Consumer Trust has a positive and significant influence on Decisions Purchases, consumer trust partially mediates the influence of e-service quality on purchasing decisions. Consumer trust partially mediates the influence of brand image on purchasing decisions. The suggestion in this research is that Traveloka further improves e-service quality and pays attention to the company's brand image so that it can increase user trust and purchasing decisions from Traveloka Pati consumers.*

*Keywords: E-Service Quality, Brand Image, Trust, Purchasing Decisions*

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAKSI.....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACTION .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	13
1.3. Perumusan Masalah.....	14
1.4. Tujuan Penelitian.....	15
1.5. Manfaat Penelitian.....	16
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>17</b>
2.1. Perilaku Konsumen .....	17
2.2. Keputusan Pembelian (Y2).....	19
2.3. Kepercayaan Konsumen (Y1) .....	27
2.4. <i>E-Service Quality</i> (X1).....	31
2.5. Citra Merek MEREK (X2) .....	34
2.6. Pengaruh Antar Variabel .....	37
2.7. Penelitian Terdahulu.....	40
2.8. Kerangka Pemikiran Teoretis dan Hipotesis .....	44
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>47</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	47
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	47

3.3.	Jenis dan Sumber Data .....	51
3.4.	Populasi dan Sampel.....	52
3.5.	Pengumpulan Data.....	53
3.6.	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	54
3.7.	Pengolahan Data.....	56
3.8.	Analisis Data .....	57
3.9.	Uji Hipotesis.....	65
3.10.	Analisis Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung .....	66
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>		<b>67</b>
4.1.	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	67
4.2.	Penyajian Data.....	67
4.3.	Analisis Data .....	73
4.4.	Pembahasan .....	90
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>105</b>
5.1.	Kesimpulan.....	105
5.2.	Saran .....	106
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>108</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>114</b>

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1 Perbandingan layanan elektronik pada Traveloka dan Tiket.com .....	5
Tabel 3. 1 Skala Likert .....	54
Tabel 3. 2 Uji Goodness Of Fit .....	65
Tabel 4. 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	68
Tabel 4. 2 Karakteristik Usia Responden.....	68
Tabel 4. 3 Karakteristik Jenjang Pendidikan Responden.....	69
Tabel 4. 4 Karakteristik Pekerjaan Responden .....	70
Tabel 4. 5 Tanggapan Terhadap E-Service Quality (X1) .....	71
Tabel 4. 6 Tanggapan Terhadap Citra Merek (X2).....	71
Tabel 4. 7 Tanggapan Terhadap Kepercayaan Konsumen (Y1) .....	72
Tabel 4. 8 Tanggapan Terhadap Keputusan Pembelian (Y2) .....	73
Tabel 4. 9 Uji Validitas <i>Average Variance Extracted</i> .....	73
Tabel 4. 10 Uji Validitas <i>Convergent Validity</i> .....	74
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas .....	74
Tabel 4. 12 Uji Normalitas.....	75
Tabel 4. 13 Data Outliers .....	75
Tabel 4. 14 Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen Awal.....	77
Tabel 4. 15 Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen Perbaikan .....	79
Tabel 4. 16 Analisis Faktor Konfirmatori Endogen Awal .....	80
Tabel 4. 17 Analisis Faktor Konfirmatori Endogen Perbaikan.....	82
Tabel 4. 18 Analisis Faktor Konfirmatori Full Model Awal .....	83
Tabel 4. 19 Analisis Faktor Konfirmatori Full Model Perbaikan .....	84
Tabel 4. 20 Regression Weight .....	85
Tabel 4. 21 Koefisien Determinasi.....	89
Tabel 4. 22 Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung.....	89

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia 2023 .....	2
Gambar 1. 2 Aplikasi Travel terlaris 2022.....	3
Gambar 1. 3 Tangkapan Layar Keluhan Konsumen.....	7
Gambar 1. 4 Komparasi Brand Situs Online Booking Tiket Pesawat Dan Travel .	9
Gambar 1. 5 Tangkapan Layar Bukti Pembobolan Akun Traveloka.....	10
Gambar 2. 1 Model Perilaku Konsumen.....	18
Gambar 2. 2 Proses Keputusan Pembelian .....	20
Gambar 2. 3 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	45
Gambar 4. 1 Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen Awal.....	77
Gambar 4. 2 Analisis Faktor Konfirmatori Eksogen Perbaikan .....	78
Gambar 4. 3 Analisis Faktor Konfirmatori Endogen Awal .....	80
Gambar 4. 4 Analisis Faktor Konfirmatori Endogen Perbaikan .....	81
Gambar 4. 5 Analisis Faktor Konfirmatori Full Model Awal.....	83
Gambar 4. 6 Analisis Faktor Konfirmatori Full Model Perbaikan .....	84