



**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER
RATING TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI TRUST
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA APLIKASI BOOKING
TIKET.COM**

Skripsi

Disusun untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Disusun Oleh

Fidela Ardelia Damayanti

NIM : 2019-11-419

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

2024

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER
RATING TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI TRUST
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA APLIKASI BOOKING
TIKET.COM**

Nama : Fidela Ardelia Damayanti
NIM : 201411914
Program Studi : Manajemen

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

Tanggal.....*23 September 2024*.....

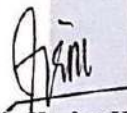
Pembimbing I



(Nurul Rizka Arumsari, S.E.,M.M)

NIDN . 0628048702

Pembimbing II



(Rhealin Hening K, S.E.,M.M)

NIDN. 0615079303

Mengetahui

Ketua Program Studi Manajemen



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

NIDN.0024037701

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER
RATING TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI TRUST
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA APLIKASI BOOKING
TIKET.COM**

Nama : Fidela Ardelia Damayanti
NIM : 201411914
Program Studi : Manajemen

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

Mengetahui,
Ketua program studi

Kudus, 23 September 2024
Pembimbing I


(Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M)
NIDN.0024037701


(Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M)
NIDN . 0628048702

Mengetahui,
Dekan

Pembimbing II



(Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M)
NIDN.06150777304


(Rhealig Hening K, S.E., M.M)
NIDN. 0615079303

MOTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Jangan pernah merasa tertinggal, setiap orang punya proses dan rezekinya masing-masing”
(Q.S Maryam : 4)

“You’re doing fine, sometimes you’re doing better, sometimes you’re doing worse, but at the end it’s you. So i just want you to have no regrets i want to feel yourself grow, and i just wantu you to also love yourself” – Mark Lee

“Hidup ini punya banyak pilihan kita sendiri yang tentukan jalan, hidup ini punya banyak pilihan kita sendiri tentukan tujuan”
(Untuk Apa? – *Traffic Jam*)

“Bila mimpi tak sejalan dengan apa yang kau tuju, tak sesuai dengan apa yang kau mau. Lepaskanlah beban pikiranmu, dengarkan hatimu”
(Peningat – Kunto Aji)

“Tiada lembar yang paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan, skripsi ini saya persembakan sebagai tanda bukti kepada kedua orang tua saya tercinta, dosen pembimbing, sahabat, teman teman, dan tenntunya diri saya sendiri yang selalu memberikan support untuk terus menyelesaikan skripsi ini dan terutama untuk orang-orang yang selalu bertanya “skripsinya sampai mana?”, “skripsinya udah selesai?”, *etc.*

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER RATING TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA APLIKASI BOOKING TIKET.COM”** sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Progam Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus. Shalawat serta salam penulis sampaikan kepada junjungan Nabi besar Muhammad Saw. yang dinantikan syafaatnya di yaumul akhir. Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan bimbingan serta dukungan dari semua pihak, maka dalam kesempatan ini dengan segala kemudसान hati, penulis ingin menyampaikan ucapan termakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Darsono, M.Si., selaku Rektor Universitas Muria Kudus.
2. Dr. Kertati Sumekar, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
3. Noor Indah Rahmawati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus.
4. Nurul Rizka Arumsari, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing I, yang telah memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.

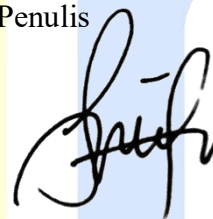
5. Rhealin Hening Kararti, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing II, yang telah banyak memberikan pengarahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh dosen Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muria Kudus yang telah memberikan dan mengajarkan ilmu pengetahuan kepada penulis.
7. Orang tua saya Bapak Moh. Effendi Bandi. Terima kasih pak udah jadi sosok ayah yang keren buat kakak. Selalu mengupayakan apapun buat kakak sampe detik ini, walupun raga bapak udah ga sekuat dulu. Bapak tetep jadi sosok ayah yang hebat dan keren buat kaka. Wuff u paps! Cepet sembuh ya.
8. Orang tua saya Ibu Nunung Ernawati. Terima kasih juga buat ibu keren nan gaul satu ini. Wanita hebat yang mau merawat dan mengasihi saya dengan tulus walupun kadang sambil sambat karena anaknya bandel hahaha. *Thanks mom*, berkat didikan kerasmu, anak perempuan pertamamu ini tumbuh menjadi perempuan yang kuat dan hebat. Walupun kita sering berantem dan seperti tom n jerry *ur still be ma best mom in the world* ibu nunung!!.
9. Teman-teman dan sahabat-sahabatku yang selalu meberikan motivasi, dukungan, dan semangat selama proses penelulis menyelesaikan skripsi ini hingga selesai.
10. Kepada musisi hebat berkat karya-karya indahny Maliq & D'Essentials, Hivi, Bernadya, Juicy Luicy, Sal Priadi, Kunto Aji, Dewa 19, Daniel Caesar

dan masih banyak lainnya yang menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

11. *Last but not least*, Terima kasih buat Fidela Ardelia Damayanti a.k.a diri saya sendiri yang super duper keren. Apresiasi sebesar-besarnya karena mau bertanggung jawab untuk menyelesaikan skripsi ini sampai akhir. Di usiamu yang menginjak 23 tahun ini, sudah banyak hal yang kamu lalui *but ur doing so gwedd fidel!!*. Terima kasih fidel selalu mengupayakan apapun untuk dirimu sendiri, terima kasih sudah tumbuh menjadi gadis kuat, hebat, dan keren. Apapun kurang dan lebihmu mari rayakan dengan penuh rasa syukur dan bahagia!!.

Kudus, 2024

Penulis



Fidela Ardelia Damayanti

201911419

**PENGARUH ONLINE CUSTOMER REVIEW DAN ONLINE CUSTOMER
RATING TERHADAP PURCHASE INTENTION MELALUI TRUST
SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA APLIKASI BOOKING
TIKET.COM**

Fidela Ardelia Damayanti
201911419

Pembimbing 1 : Nurul Rizka Arumsari,S.E.,M.M
2 : Rhealin Hening Kararti,S.E.,M.M

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

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis online customer review, online customer rating terhadap purchase intention dengan trust sebagai variabel intervening. Populasi dalam penelitian ini adalah para pengguna aplikasi Tiket.com. Sampel pada penelitian ini sebanyak 110 responden. Analisis data pada penelitian ini menggunakan *structural equation modeling* (SEM) dengan *software* AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) *online customer review* berpengaruh dan signifikan terhadap *trust*, (2) *online customer rating* berpengaruh dan signifikan terhadap *trust*, (3) *online customer review* berpengaruh terhadap purchase intention, (4) *online customer rating* berpengaruh dan signifikan terhadap purchase intention, (5) *trust* berpengaruh dan signifikan terhadap purchase intention.

Kata Kunci : *Online Customer Review, Online Customer Rating , Trust, Purchase Intention*

**THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEWS AND ONLINE
CUSTOMER RATINGS ON PURCHASE INTENTION THROUGH TRUST
AS AN INTERVENING VARIABLE IN THE TIKET.COM BOOKING
APPLICATION**

Fidela Ardelia Damayanti
201911419

Advisor 1 : Nurul Rizka Arumsari,S.E.,M.M
2 : Rhealin Hening Kararti,S.E.,M.M

**MURIA KUDUS UNIVERSITY
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
MANAGEMENT STUDY PROGAM**

ABSTRACT

This study aims to analyze online customer reviews and online customer ratings on purchase intention with trust as an intervening variable. The population in this study consists of users of the Tiket.com application. The sample for this study includes 110 respondents. Data analysis in this study uses structural equation modeling (SEM) with AMOS software. The results of the study indicate that (1) online customer reviews have a significant impact on trust, (2) online customer ratings have a significant impact on trust, (3) online customer reviews impact purchase intention, (4) online customer ratings have a significant impact on purchase intention, and (5) trust has a significant impact on purchase intention.

Keywords : Online Customer Review, Online Customer Rating , Trust, Purchase Intention

DAFTAR ISI

	Hal
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTO DAN PERSEMBAHAN	ii
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Ruang Lingkup	10
1.3 Perumusan Masalah.....	10
1.4 Tujuan Penelitian.....	11
1.5 Manfaat Penelitian.....	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan teori	13
2.1.1 Perilaku konsumen	13
2.2 Purchase <i>Intention</i>	14
2.2.1 Pengertian <i>Purchase Intention</i>	14

2.2.2	Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Purchase Intention</i>	15
2.2.3	Indikator <i>Purchase Intention</i>	16
2.3	<i>Online Customer Review</i>	17
2.3.1	Pengertian <i>online customer review</i>	17
2.3.2	Indikator <i>online customer review</i>	18
2.4	<i>Online Customer Rating</i>	19
2.4.1	Pengertian <i>Online Customer Rating</i>	19
2.4.2	Indikator <i>Online Customer Rating</i>	19
2.5	<i>Trust</i>	22
2.5.1	Pengertian <i>Trust</i>	22
2.5.2	Indikator <i>Trust</i>	23
2.6	Tinjauan Penelitian Terdahulu	24
2.7	<i>Pengaruh Antar Variabel</i>	26
2.8	Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
2.9	Hipotesis.....	31
BAB III METODE PENELITIAN		32
3.1	Metode Penelitian	32
3.1.1	Rancangan Penelitian.....	32
3.2	Variabel Penelitian.....	32
3.2.1	Jenis variabel	32
3.3	Definisi Operasional Variabel	34
3.3.1	Online Customer Review	34
3.3.2	Online Customer Rating	34

3.3.3	Purchase Intention	35
3.3.4	Trust.....	36
3.4	Jenis dan Sumber Data.....	36
3.4.1	Jenis Data	36
3.4.2	Sumber Data.....	36
3.5	Populasi dan Sampel.....	37
3.5.1	Populasi.....	37
3.5.2	Sampel.....	38
3.6	Pengumpulan Data.....	39
3.7	Uji Validitas dan Reliabilitas	40
3.7.1	Uji Validitas	40
3.7.2	Uji Reliabilitas.....	40
3.8	Pengolahan Data.....	41
3.9	Analisis Data	42
3.9.1	Pengembangan Model Teoritis.....	42
3.9.2	Menyusun Diagram Jalur (Path Diagram)	43
3.9.3	Mengubah Diagram Jalur Menjadi Persamaan Structural	43
3.9.4	Memilih Matrik Input Untuk Analisis Data	43
3.9.5	Menilai Identifikasi Model.....	44
3.9.6	Mengevaluasi Estimasi Model	44
3.9.7	Intepretasi Tahap Model	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		49
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	49

4.1.1	Sejarah Perusahaan	49
4.1.2	Visi, Misi, Dan Logo Tiket.Com.....	51
4.2	Penyajian Data.....	53
4.2.1	Karakteristik Responden.....	53
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	56
4.3	Analisis Data	61
4.3.1	Uji Instrument Data	61
4.3.2	Uji Normalitas	65
4.3.3	Uji <i>Outlier</i>	67
4.3.4	Analisis Faktor Konfirmatori.	68
4.3.4	Analisis <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> Full Model.	79
4.3.6	Uji Hipotesis.....	82
4.3.7	Koefisien Determinasi	85
4.3.8	Uji Mediasi.....	86
4.4	Pembahasan.....	88
4.4.1	Pengaruh <i>Online Cutomer Review</i> Terhadap <i>Trust</i>	88
4.4.2	Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> Terhadap <i>Trust</i>	89
4.4.3	Pengaruh <i>Online Customer Review</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> .	90
4.4.4	Pengaruh <i>Online Customer Rating</i> Terhdap <i>Purchase Intention</i>	91
4.4.5	Pengaruh <i>Trust</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		94
5.1	Kesimpulan.....	94
5.2	Saran	95

DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN - LAMPIRAN	103



DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1. 1 Aplikasi yang paling disukai Responden untuk Pesan Akomodasi Liburan (2022).....	2
Tabel 4. 1 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin	54
Tabel 4. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 4. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Aplikasi Tiket.Com.....	55
Tabel 4. 4 Deskripsi <i>Online Customer Review</i>	56
Tabel 4. 5 Deskripsi <i>Online Customer Rating</i>	57
Tabel 4. 6 Deskripsi <i>Purchase Intention</i>	59
Tabel 4. 7 Deskripsi <i>Trust</i>	60
Tabel 4. 8 Uji <i>Convergent Validity</i>	62
Tabel 4. 9 Uji <i>Average Variance Extracted</i>	63
Tabel 4. 10 Uji <i>Discriminat Validity</i>	64
Tabel 4. 11 Uji Reliabilitas	65
Tabel 4. 12.....	66
Tabel 4. 13.....	67
Tabel 4. 14 Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	69
Tabel 4. 15 Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Eksogen Setelah Perbaikan.....	71
Tabel 4. 16 Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen Sebelum Perbaikan	73
Tabel 4. 17 Kriteria <i>Goodness Of Fit</i> Variabel Endogen Setelah Perbaikan	75
Tabel 4. 18 Kriteria <i>Goodness Of Fit Indices</i> Variabel Full Model Sebelum	

Perbaikan.....	77
Tabel 4. 19 Kriteria <i>Goodness Of Fit Indices Variabel</i> Full Model Setelah	
Perbaikan.....	78
Tabel 4. 20 Kriteria <i>Structural Equation Modelling (SEM)</i> Full Model.....	80
Tabel 4. 21 <i>Standardized Regression Weights</i>	81
Tabel 4. 223 <i>Squared Multiple Correlations</i>	85
Tabel 4. 23 <i>Standardized Direct Effects</i>	86
Tabel 4. 24 <i>Standardized Indirect Effects</i>	86
Tabel 4. 25 Besar <i>Total Effect</i>	87

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Grafik Pertumbuhan Tiket.Com Dari Tahun 2020-2022	3
Gambar 1. 2 Tangkapan layar yang berupa ulasan pada aplikasi tiket.com	6
Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	30
Gambar 4. 1 Logo Tiket.com	53
Gambar 4. 2 Output Variabel Eksogen Sebelum Perbaikan	69
Gambar 4. 3 Output Variabel Eksogen Setelah Perbaikan	70
Gambar 4. 4 Output Variabel Endogen Sebelum Perbaikan.....	72
Gambar 4. 5 Output Variabel Endogen Setelah Perbaikan	74
Gambar 4. 6 Full Measurement Model Sebelum Perbaikan	76
Gambar 4. 7 Full Measurement Model Setelah Perbaikan	78
Gambar 4. 8 Analisis Structural Equation Modelling (SEM) Full Model	79