

**PENGARUH TEKNIK *E-TICKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DAN *WOM***

Skripsi

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi
(S1)**

Pada Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun oleh :

Margaretha Puspita Aviantari Loven

NPM: 11 03 19183

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2016

Skripsi

**PENGARUH TEKNIK *E-TICKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN
DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DAN *WOM***

Disusun oleh:

MARGARETHA PUSPITA AVIANTARI LOVEN

NPM: 11 03 19183

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Pembimbing



Dr. J. Elyawati, MM

14 September 2016

Skripsi

PENGARUH TEKNIK *E-TICKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DAN *WOM*

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Margaretha Puspita Aviantari Loven

NPM : 11 03 19183

telah dipertahankan didepan Panitia Penguji

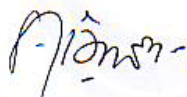
Pada tanggal 12 Oktober 2016

dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk diterima
sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi

(S1) Program Studi Manajemen

SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Penguji

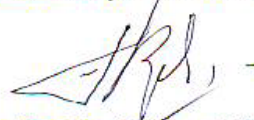


Dr. J. Ellyawati, MM

Anggota Panitia Penguji



Mahestu N. Krisjanti, MSc. IB., PH D



Drs. Ign. Sukirno, MS

Yogyakarta, 12 Oktober 2016

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Drs. Budi Suprpto, MBA., Ph. D.

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

PENGARUH TEKNIK *E-TICKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DAN *WOM*

benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide oranglain yang dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar atau ijasah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 September 2016

Yang menyatakan,



Margaretha Puspita Aviantari Loven

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

**I can do all things through CHRIST who
strengthens me**

“Segala perkara dapat kutanggung didalam DIA yang memberikan kekuatan
kepadaku”

(Filipi 4:13)

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

Tuhan Yesus Kristus

Papa dan Mama

All my family

Gatra Fortinoki

Gabrielle Rabella Agatha

All my Friend

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat, rahmat dan anugerahNya penyusunan skripsi dengan judul Pengaruh Teknik *E-ticketing* terhadap Kepuasan dan Dampaknya terhadap Niat Pembelian Ulang dan *WOM* bisaselesai. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak dapat diselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga perlu kiranya penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Tuhanku Yesus Kristus dan Bunda Maria yang paling kucinta, atas kasihNya yang besar memberi jalan penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. J. Elyawati, MM selaku Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Seminar Manajemen Pemasaran yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dengan memberi arahan serta masukan selama penyusunan skripsi ini.
3. Para Dosen Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Atmajaya Yogyakarta yang telah membimbing dan membagikan ilmu selama masa studi.
4. Seluruh staf bidang administrasi dan akademik yang telah membantu dalam kelancaran administrasi penulis.
5. Bapak, Mama dan adik-adik serta keluarga besar yang telah memotivasi, mendorong dan memberikan dukungan, saran, nasihat dan prasarana.
6. Para sahabat dan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan dukungan moral, khususnya Florensy, Oisina, Yesi, Cherly, Liya, Cilia dan Melly.
7. Yang teristimewa, Gatra Fortinoki Hakim Putra yang telah memberikan dukungan serta semangat.
8. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata semoga penulisan ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan dalam penulisan skripsi dengan topik yang sama dan dapat dipergunakan dengan sebaik-baiknya.

Yogyakarta, 14 September 2016
Penulis

Margaretha Puspita Aviantari Loven

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTODAN PERSEMBAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
ABSTRAK.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Batasan Masalah Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	8
1.5 Manfaat Penelitian.....	8
1.6 Definisi Operasional.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
2.1 <i>E-commerce</i>	11
2.2 Kepuasan Konsumen.....	13
2.3 Niat Beli Ulang.....	20
2.4 <i>Word of Mouth Communication</i>	23
2.5 Pengukuran <i>Word of Mouth</i>	25
2.6 Penelitian Terdahulu.....	29
2.7 Hipotesis.....	37
2.8 Kerangka Penelitian.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian.....	42
3.2 Populasi dan Metode Pengambilan Sampel.....	42
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.4 Metode Pengukuran Data.....	46
3.5 Teknik Pengujian Instrumen.....	47
3.6 Metode Analisis Data.....	48

BAB IV

4.1 Pengujian Instrumen.....	49
4.2 Karakteristik Demografi Responden.....	52
4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Usia.....	52
4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Frekuensi Pengguna.....	53
4.2.4 Karakteristik Berdasarkan Rata-rata pendapatan.....	54
4.2.5 Karakteristik Berdasarkan Total Pengeluaran.....	54
4.3 Pengaruh <i>E-Ticketing Technique</i> Terhadap Kepuasan Konsumen....	55
4.4 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Ulang....	58
4.5 Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap <i>Word of Mouth</i>	60
4.6 Pembahasan.....	61

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan.....	67
5.2 Keterbatasan Penelitian.....	69
5.3 Implikasi Manajerial.....	69
5.4 Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	30
Tabel 4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	51
Tabel 4.2 Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ...	52
Tabel 4.3 Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.4 Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Penggunaan Jasa	53
Tabel 4.5 Karakteristik Demografi Responden Berdasarkan Rata-rata Pendapatan	54
Tabel 4.6 Berdasarkan Rata-rata Total Pengeluaran	54
Tabel 4.7 Pengaruh <i>E-Ticketing Technique</i> terhadap kepuasan konsumen...	56
Tabel 4.8 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Niat Pembelian Ulang	59
Tabel 4.9 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap <i>Word of Mouth</i>	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian.....	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Data Responden

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 4 Frekuensi Demografi Responden

Lampiran 5 Analisis Regresi



**THE EFFECT OF E-TICKETING TECHNIQUE ON CUSTOMER
SATISFACTION AND ITS INFLUNCE ON REPURCHASE INTENTION
AND WOM**

Written by:

Margaretha Puspita Aviantari Loven

NPM: 11 03 19183

Preceptor:

Dr. J. Elyawati, MM.

Abstract

This research aims to determine: (1) The effect of e-ticketing technique (customer technical support, infrastructure, data security, user-friendliness) on customer satisfaction. (2) Customer satisfaction has an impact on repurchase intention. (3) The influence of customer satisfaction with Word of Mouth. The data used is primary data collected through a survey with questionnaires to students of Atma Jaya Yogyakarta University who have ever purchased the e-ticketing services of Traveloka during the last six months. The data measurement through questionnaires and is measured by giving range of rating on any question of from 1-5 (strongly disagree to strongly agree). Data were analyzed using descriptive analysis , multiple linear regression and simple linear regression .

This is a quantitative research using purpose sampling technique to collect the samples. There are 300 respondents within the students of Atma Jaya Yogyakarta University Jl Barbarsari Yogyakarta. The research is divided into three parts; Instrument testing/experiment (validity and reliability), descriptive analysis (demographics of respondents), and regression analysis.

The result of this research showed that e-ticketing has positive effect on customer satisfaction and customer satisfaction has positive influence on repurchases intention and Word of Mouth.

Keywords: *E-ticketing Technique, Infrastructure, Data Security, User-Friendliness, Customer Satisfaction, Repurchase Intention, Word of Mouth*

PENGARUH TEKNIK *E-TICKETING* TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP NIAT PEMBELIAN ULANG DAN *WOM*

Disusun oleh:

Margaretha Puspita Aviantari Loven

NPM: 11 03 19183

Pembimbing :

Dr. J. Elyawati, MM.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh *e-ticketing technique* (*customer technical support, infrastructure, data security, user-friendliness*) terhadap kepuasan konsumen. (2) Kepuasan konsumen memiliki pengaruh terhadap niat pembelian ulang. (3) Pengaruh kepuasan konsumen terhadap *Word of Mouth*. Data yg digunakan merupakan data primer yaitu data yang dikumpulkan melalui survei dengan kuisisioner kepada Mahasiswa/i Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sudah pernah melakukan pembelian jasa *e-ticketing* Traveloka dalam enam bulan terakhir. Pengukuran data melalui kuisisioner diukur dengan cara memberikan bobot penilaian pada setiap pertanyaan dari bobot 1-5 (sangat tidak setuju sampai dengan sangat setuju). Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif, regresi linier berganda dan regresi linier sederhana.

Penelitian ini merupakan penelitian bersifat kuantitatif dengan sampel yang diambil menggunakan teknik *purposive sampling*. Sampel yang digunakan sejumlah 300 responden diseluruh area persebaran Mahasiswa/i Universitas Atma Jaya Jl Babarsari Yogyakarta. Penelitian ini dibagi menjadi tiga bagian yaitu pengujian instrumen (uji validitas dan reabilitas), analisis deskriptif (demografi responden), dan analisis regresi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *e-ticketing* berpengaruh positif kepada kepuasan konsumen dan kepuasan konsumen berpengaruh positif terhadap niat pembelian ulang dan *Word of Mouth*.

Kata kunci: Teknik *E-ticketing*, *Infrastructure*, *Data Security*, *User-Friendliness*, Kepuasan, Niat beli ulang, *Word of Mouth*