



**PENGARUH *SERVICE RECOVERY*, *PERCEIVED VALUE*, DAN  
*CUSTOMER TRUST* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
TIKET.COM**

**SKRIPSI**

**TIRZA ABIGAIL NESSARISTI 2010111226**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN**

**JAKARTA**

**2023**



**PENGARUH *SERVICE RECOVERY*, *PERCEIVED VALUE*, DAN  
*CUSTOMER TRUST* TERHADAP *CUSTOMER LOYALTY*  
TIKET.COM**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar  
Sarjana Manajemen**

**TIRZA ABIGAIL NESSARISTI 2010111226**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PROGRAM SARJANA**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN**

**JAKARTA**

**2023**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Usulan penelitian ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Tirza Abigail Nessaristi

NIM : 2010111226

Bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan saya ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 26 September 2023

Yang menyatakan,



(Tirza Abigail Nessaristi)

## PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tirza Abigail Nessaristi  
NIM : 2010111226  
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : S1 Manajemen  
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non Ekklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas Skripsi saya yang berjudul:

**Pengaruh *Service Recovery*, *Perceived Value*, dan *Customer Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Tiket.com**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 05 Desember 2023

Yang menyatakan,

  
  
(Tirza Abigail Nessaristi)

**SKRIPSI**  
**PENGARUH SERVICE RECOVERY, PERCEIVED VALUE, DAN**  
**CUSTOMER TRUST TERHADAP CUSTOMER LOYALTY**  
**TIKET.COM**

*Dipersiapkan dan disusun oleh:*

**TIRZA ABIGAIL NESSARISTI 2010111226**

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal: 11 Desember 2023**  
**dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**



**Drs. Nobelson, MM, CPM**  
**Ketua Penguji**



**Jenji Gunaedi Argo, SE, MM**  
**Penguji 1**



**Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM**  
**Penguji 2 (Pembimbing)**



**Dr. Jubaedah, S.E., MM**  
**Dekan**



**Siti Hidayati, SE, MM**  
**Ketua Program Studi**

Disahkan di : Jakarta  
Pada tanggal : 11 Desember 2023

***The Effect of Service Recovery, Perceived Value, and Customer Trust Toward Customer Loyalty Tiket.com***

By Tirza Abigail Nessaristi

***Abstract***

*The development of the Online Travel Agent business in Indonesia has increased and caused increasingly strong competition for business people in the OTA sector, including tiket.com. Tiket.com is an online travel agent which operates in the field of booking services for flight tickets, hotels, and other travel activities. Over the last few years, tiket.com has continued to innovate its products and expanded its business into various phenomena that influence the loyalty of tiket.com customers. The problem formulation in this research is whether service recovery, perceived value, and customer trust affect tiket.com customer loyalty. The population in this research is all tiket.com customers, while the sample is 100 respondents who live in Jabodetabek using the purposive sampling method. This research uses quantitative methods and Smart PLS 3 software as a data processing tool. The results of this research show that the Service Recovery variable has no influence on Customer Loyalty, Perceived Value has a positive and significant influence on Customer Loyalty, and Customer Trust has no influence on Customer Loyalty tiket.com in Jabodetabek.*

***Keywords:*** *service recovery, perceived value, customer trust, customer loyalty.*

# **Pengaruh *Service Recovery*, *Perceived Value*, dan *Customer Trust* Terhadap *Customer Loyalty* Tiket.com**

Oleh Tirza Abigail Nessaristi

## **Abstrak**

Perkembangan bisnis *Online Travel Agent* di Indonesia saat ini semakin meningkat dan menyebabkan semakin kuatnya persaingan bagi para pelaku bisnis pada bidang OTA, termasuk tiket.com. Tiket.com merupakan *online travel agent* yang bergerak pada bidang jasa pemesanan tiket penerbangan, hotel, dan kegiatan travel lainnya. Selama beberapa tahun terakhir, tiket.com terus mengeluarkan inovasi produknya bahkan sampai melakukan ekspansi bisnisnya ke berbagai sektor. Meskipun begitu, eksistensi tiket.com masih kalah kuat dengan kompetitornya. Hal tersebut disebabkan adanya berbagai fenomena yang mempengaruhi sikap loyalitas pelanggan tiket.com. Adapun yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu apakah *service recovery*, *perceived value*, dan *customer trust* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tiket.com. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan tiket.com, sedangkan sampel pada penelitian ini ialah sebanyak 100 responden yang berdomisili di Jabodetabek dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan *software* Smart PLS 3 sebagai alat pengolahan data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel *Service Recovery* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty*, *Perceived Value* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *Customer Loyalty*, dan *Customer Trust* tidak memiliki pengaruh terhadap *Customer Loyalty* OTA tiket.com di Jabodetabek.

**Kata kunci:** *service recovery*, *perceived value*, *customer trust*, *customer loyalty*.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
Jalan Rumah Sakit Fatmawati, Pondok Labu, Jakarta Selatan 12450  
Telepon 021-7656971, Fax 021-7656904  
Laman : www.feb.upnvj.ac.id , e-mail : febupnvj@upnvj.ac.id

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI  
SEMESTER GANJIL TA. 2023/2024**

Telah dilaksanakan Ujian Skripsi dihadapan Tim pada hari Senin, 11 Desember 2023:

Nama : Tirza Abigail Nessaristi  
No.Pokok Mahasiswa : 2010111226  
Program Studi : Manajemen S.1

Pengaruh *Service Recovery*, *Perceived Value*, dan *Customer Trust* terhadap *Customer Loyalty* Tiket.com  
dinyatakan **Lulus / ~~Tidak Lulus~~ \*)**

**Penguji**

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Drs. Nobelson, MM, CPM	Ketua	1.
2	Jenji Gunacdi Argo, SE, MM	Anggota I	2.
3	Dienni Ruhjatini Sholihah, SE, MM	Anggota II**)	3.

**Keterangan:**

- \*) Coret yang tidak perlu
- \*\*\*) Dosen Pembimbing

Jakarta,  
Mengesahkan  
A.n. DEKAN  
Kaprosdi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM



## PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya yang senantiasa diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penelitian dengan judul “**Pengaruh *Service Recovery*, *Perceived Value*, dan *Customer Trust Terhadap Customer Loyalty tiket.com***” dilaksanakan sebagai salah satu persyaratan kelulusan pada program studi Manajemen. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
2. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Program Sarjana.
3. Ibu Dienni Ruhjatini Sholihah, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan serta saran-saran yang sangat bermanfaat.

Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada ayah, ibu, seluruh keluarga, serta teman-teman yang tidak henti-hentinya memberikan semangat dan doa kepada penulis. Penulis memohon maaf apabila terdapat kesalahan penulisan dalam skripsi ini, semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian.

Jakarta, 26 September 2023

Tirza Abigail Nessaristi

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>PRAKATA</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	8
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Manfaat Hasil Penelitian .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>10</b>
2.1. Landasan Teori.....	10
2.2. Penelitian Terdahulu .....	24
2.3. Model Penelitian.....	35
2.4. Hipotesis .....	38
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>39</b>
3.1. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel.....	39
3.2. Populasi dan Sampel.....	41
3.3. Teknik Pengumpulan Data.....	43
3.4. Teknik Analisis Data.....	46

<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
4.1. Deskripsi Objek Penelitian .....	56
4.2. Deskripsi Data Penelitian .....	59
4.3. Uji Hipotesis dan Analisis .....	65
4.4. Pembahasan .....	84
<b>BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>
5.1. Simpulan.....	91
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	92
5.3. Saran .....	92
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>94</b>
<b>RIWAYAT HIDUP.....</b>	<b>99</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>100</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Rating dan Review Rendah Online Travel Agent (Januari-Agustus 2023)	4
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya Terkait Service Recovery, Perceived Value, Customer Trust Terhadap Customer Loyalty .....	32
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	41
Tabel 4. Skala Likert .....	45
Tabel 5. Kisi-Kisi Instrumen Penelitian .....	45
Tabel 6. Analisis Deskriptif Variabel Customer Loyalty.....	66
Tabel 7. Analisis Deskriptif Variabel Service Recovery .....	67
Tabel 8. Analisis Deskriptif Variabel Perceived Value.....	68
Tabel 9. Analisis Deskriptif Variabel Customer Trust.....	69
Tabel 10. Convergent Validity Customer Loyalty (Y) .....	73
Tabel 11. Convergent Validity Service Recovery (X1).....	74
Tabel 12. Convergent Validity Perceived Value (X2) .....	75
Tabel 13. <i>Convergent Validity Customer Trust (X3)</i> .....	76
Tabel 14. Nilai Average Variance Extracted.....	77
Tabel 15. Nilai Cross Loading Customer Loyalty (Y).....	78
Tabel 16. Nilai Cross Loading Service Recovery (X1).....	78
Tabel 17. Nilai Cross Loading Perceived Value (X2) .....	78
Tabel 18. Nilai Cross Loading Customer Trust (X3).....	79
Tabel 19. Nilai Cronbach's Alpha.....	80
Tabel 20. Nilai Composite Reliability.....	80
Tabel 21. Nilai R-Square.....	82
Tabel 22. Nilai Q-Square.....	82
Tabel 23. Nilai T Statistik .....	83

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Most Popular Online Travel Agencies Among Consumers in Indonesia as of December 2022.....	2
Gambar 2. Review Keluhan Pelanggan tiket.com .....	5
Gambar 3. Model Penelitian .....	38
Gambar 4. Langkah Penggunaan SmartPLS.....	48
Gambar 5. Inner Model .....	49
Gambar 6. Outer Model .....	50
Gambar 7. Diagram Jalur .....	51
Gambar 8. Logo tiket.com .....	56
Gambar 9. Website tiket.com .....	57
Gambar 10. Karakteristik Jenis Kelamin Responden .....	60
Gambar 11. Karakteristik Usia Responden .....	61
Gambar 12. Karakteristik Domisili Responden .....	62
Gambar 13. Karakteristik Status Responden .....	63
Gambar 14. Jumlah Transaksi Pembelian Layanan Tiket.com .....	64
Gambar 15. Jumlah Pembelian Jenis Layanan tiket.com.....	65
Gambar 16. Outer Model .....	71
Gambar 17. Re-estimasi Outer Model .....	72
Gambar 18. Inner Model .....	81

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Tabel Penelitian Terdahulu .....	100
Lampiran 2 Kuesioner Penelitian.....	103
Lampiran 3 Data Kuesioner 100 Responden .....	109
Lampiran 4 Deskripsi Data Responden.....	121
Lampiran 5 Hasil Analisis Deskriptif.....	123
Lampiran 6 Hasil Olah Data Smart PLS .....	125
Lampiran 7 T Tabel .....	130