



**PENGARUH *PRICE, SERVICE QUALITY, DAN BRAND TRUST*
TERHADAP *COSTUMER SATISFACTION* PADA *ONLINE*
*TRAVEL AGENT TIKET.COM***

SKRIPSI

ADELIA NURCAHYA 2010111083

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2023**



**PENGARUH *PRICE, SERVICE QUALITY*, DAN *BRAND TRUST*
TERHADAP *COSTUMER SATISFACTION* PADA *ONLINE*
*TRAVEL AGENT TIKET.COM***

SKRIPSI

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

ADELIA NURCAHYA 2010111083

**PROGRAM STUDI SARJANA MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA
2023**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Adelia Nurcahya

NIM : 2010111083

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

Jakarta, 29 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Adelia Nurcahya)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

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

Nama : Adelia Nurcahya
NIM : 2010111083
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 *Price, Service Quality*, dan *Brand Trust* Terhadap
Customer Satisfaction Pada *Online Travel Agent* 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 : 29 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Adelia Nurcahya)

SKRIPSI

**PENGARUH *PRICE, SERVICE QUALITY, DAN BRAND TRUST*
TERHADAP *COSTUMER SATISFACTION* PADA *ONLINE TRAVEL*
*AGENT TIKET.COM***

Dipersiapkan dan disusun oleh :

ADELIA NURCAHYA 2010111083

**Telah dipertahankan di depan Tim Penguji pada tanggal : 28 Desember 2023
dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diterima**





Diana Triwardhani, S.E., M.M., Ph.D

Ketua Penguji



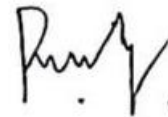
Suharvati, SE., MM.

Penguji I



Dr. Jubaedah, SE., MM.

Dekan Fakultas Ekonomi & Bisnis



Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E., M.M., CFMP.

Penguji II (Pembimbing)



Siti Hidayat, SE., MM.

Ketua Program Studi SI Manajemen

Disahkan di : Jakarta
Pada tanggal : 28 Desember 2023

***THE EFFECT OF PRICE, SERVICE QUALITY,
AND BRAND TRUST ON CUSTOMER SATISFACTION
AT ONLINE TRAVEL AGENT TIKET.COM***

By Adelia Nurcahya

ABSTRACT

This research is a quantitative study conducted to determine the factors that influence customer satisfaction, especially the factors of price, service quality, and brand trust. The population in this study are users of tiket.com services in DKI Jakarta. The sample size taken was 100 respondents with non-probability sampling techniques, especially purposive sampling. Data collection in this study was done through the distribution of questionnaires using Google Forms. The analysis technique used is the PLS (partial least squares) analysis method with SmartPLS software version 4.0. The results of this study indicate (1) 0.003 price has a significant effect on customer satisfaction, (2) 0.001 service quality has a significant effect on customer satisfaction, and (3) 0.255 brand trust has no significant effect on customer satisfaction. Price, service quality, and brand trust together contribute 58.20%, and the remaining 41.80% is caused by other factors outside the model in this study.

Keywords : *Price, Service Quality, Brand Trust, Customer Satisfaction, and Online Travel Agent*

PENGARUH *PRICE, SERVICE QUALITY, DAN BRAND TRUST*
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION*
PADA *ONLINE TRAVEL AGENT TIKET.COM*

Oleh Adelia Nurcahya

ABSTRAK

Penelitian ini penelitian kuantitatif yang dilakukan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan khususnya pada faktor *price, service quality, dan brand trust*. Populasi pada penelitian ini adalah pengguna layanan tiket.com di DKI Jakarta. Ukuran sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan teknik sampel *non-probability sampling* khususnya *puspositive sampling*. Pengumpulan data pada penelitian ini melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan *google form*. Teknik analisis yang digunakan adalah metode analisis PLS (*Partial Least Square*) dengan *software* SmartPLS versi 4.0. Hasil penelitian ini menunjukkan (1) sebesar 0.003 *price* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, (2) sebesar 0.001 *service quality* berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*, dan (3) sebesar 0.225 *brand trust* tidak berpengaruh signifikan terhadap *customer satisfaction*. Adapun *price, service quality, dan brand trust* secara Bersama-sama memberikan kontribusi sebesar 58.20% dan sisanya, yaitu sebesar 41.80% disebabkan oleh faktor lain di luar model dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Layanan, Kepercayaan Merek, Kepuasan Pelanggan, dan Agen Perjalanan Online



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 di hadapan Tim pada hari Selasa, 28 Desember 2023:

Nama : Adelia Nurcahya
No. Pokok Mahasiswa : 2010111098
Program Studi : Manajemen S.1

(Pengaruh *Price*, *Service Quality*, Dan *Brand Trust* Terhadap *Customer Satisfaction* Pada Online
Travel Agent tiket.com)

Dinyatakan yang bersangkutan *Lulus / Tidak-Lulus **)

Penguji

No	Dosen Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Diana Triwardhani, S.E., M.M., Ph.D	Ketua	1.
2	Suharyati, S.E., M.M.	Anggota I	2.
3	Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E, M.M., CFMP	Anggota II**)	3.

Keterangan:

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

Jakarta, 28 Desember 2023
Mengesahkan
A.n. DEKAN
Kaprodi Manajemen S.1

Siti Hidayati, SE, MM

PRAKATA

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul **“PENGARUH PRICE, SERVICE QUALITY, DAN BRAND TRUST TERHADAP COSTUMER SATISFACTION PADA ONLINE TRAVEL AGENT TIKET.COM”** sebagai syarat kelulusan pada Program Studi Sarjana Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Peneliti mendapatkan beberapa bantuan secara moril maupun material selama proses menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah memberikan bantuan tersebut. Adapun pihak-pihak tersebut, yaitu:

1. Ibu Dr. Jubaedah, S.E., M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Bapak Dr. Yudi Nur Supriadi, Sos.I, MM., selaku Ketua Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Ibu Siti Hidayati, S.E., M.M selaku Kepala Program Studi Sarjana Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
4. Bapak Prof. Dr. Prasetyo Hadi, S.E, M.M., CFMP., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan bermanfaat kepada peneliti selama menyusun penelitian.
5. Dosen-dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang senantiasa memberikan bantuan.
6. Kedua orang tua peneliti yang selalu setia dalam memberikan dukungan, doa, dan semangat yang tak terhingga kepada peneliti.
7. Kakak-kakak *Accommodation Chain Team* di tiket.com yang telah bersedia membantu dan memberikan semangat kepada penelitian selama mengerjakan penelitian ini.

8. Sahabat-sahabat peneliti di kampus, Arini Pramudita, Alma Rizqyana Widiya, dan Fauzi Bagas Saputra yang sedari awal perkuliahan hingga tingkat akhir dalam penyelesaian penelitian akhir selalu memberikan bantuan, semangat luar biasa dan kenangan manis.
9. Sahabat-sahabat peneliti di rumah, Anis Faiqoh Nurulita, Harmonia Mahira Indyaswari, Nurul Izzah Fathia, Irawati Kesuma, Akbar Pranowo, Hafizh Pramata Wiandri, dan Haris Dwicahyo yang selalu memberikan doa dan semangat.
10. Serta teman-teman seperjuangan lainnya di S1 Manajemen 2020 yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun agar penelitian ini dapat berkembang lebih baik lagi. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi berbagai pihak.

Jakarta, 28 Desember 2023

Adelia Nurcahya

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	vi
ABSTRAK	vii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 <i>Marketing</i> (Pemasaran).....	13
2.1.2 <i>Services Marketing</i> (Pemasaran Jasa).....	14
2.1.3 <i>Consumer Behavior</i> (Perilaku Konsumen).....	15
2.1.4 <i>Digital Marketing</i> (Pemasaran Digital).....	16
2.1.5 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan).....	16
2.1.6 <i>Price</i> (Harga)	18
2.1.7 <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan)	19
2.1.8 <i>Brand Trust</i> (Kepercayaan Merek).....	21
2.2 Penelitian Sebelumnya	22
2.3 Model Penelitian	31
2.3.1 Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	31
2.3.2 Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.3.3 Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	32
2.4 Hipotesis	33

BAB III	34
METODE PENELITIAN	34
3.1 Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	34
3.1.1 Definisi Operasional.....	34
3.1.2 Pengukuran Variabel.....	35
3.2 Penentuan Populasi dan Sampel	35
3.2.1 Populasi.....	35
3.2.2 Sampel.....	36
3.3 Teknik Pengumpulan Data	37
3.3.1 Jenis Data.....	37
3.3.2 Sumber Data.....	37
3.3.3 Pengumpulan Data.....	38
3.4 Teknik Analisis Data dan Uji Hipotesis	39
3.4.1 Teknik Analisis Statistik Deskriptif	39
3.4.2 Teknik Analisis Inferensial	42
3.4.3 Uji Validitas	47
3.4.4 Uji Reliabilitas	48
3.4.5 Uji R Square (Koefisien Determinasi)	49
3.4.6 Uji Q Square (Predictive Relevance).....	49
3.4.7 Uji Hipotesis	50
BAB IV	52
HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Deskripsi Objek Penelitian	52
4.2 Deskripsi Data Objek	54
4.2.1 Deskripsi Data Responden	54
4.2.2 Analisis Data Deskriptif.....	58
4.3 Analisis Data	65
4.3.1 <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	65
4.3.2 <i>Inner Model</i> (Model Struktural)	73
4.4 Analisis Uji Hipotesis	75
4.4.1 Uji t Statistik.....	75
4.5 Pembahasan	77
4.5.1 Pengaruh <i>Price</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	77
4.5.2 Pengaruh <i>Service Quality</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	79
4.5.3 Pengaruh <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i>	80

BAB V	82
SIMPULAN DAN SARAN.....	82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Keterbatasan Penelitian	83
5.3 Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA.....	85
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	91
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Variasi Tiket Beserta Harga Pada Top 3 <i>Online Travel Agent</i>	8
Tabel 2. Matriks Penelitian Sebelumnya	29
Tabel 3. Pengukuran Variabel.....	35
Tabel 4. Skala <i>Likert</i>	38
Tabel 5. Kisi-kisi Instrument.....	39
Tabel 6. Peringkat Jawaban Kuesioner	40
Tabel 7. Interpretasi Nilai Indeks Responden	41
Tabel 8. Tingkat Reliabilitas Nilai <i>Cronbach's Alpha</i>	49
Tabel 9. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Customer Satisfaction</i>	59
Tabel 10. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Price</i>	61
Tabel 11. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Service Quality</i>	62
Tabel 12. Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Brand Trust</i>	64
Tabel 13. <i>Outer Loading Factor</i>	67
Tabel 14. <i>Cross Loading</i>	69
Tabel 15. <i>Average variance extracted (AVE)</i>	70
Tabel 16. <i>Composite Reliability</i>	71
Tabel 17. <i>Cronbach's Alpha</i>	72
Tabel 18. <i>R Square</i>	73
Tabel 19. <i>Q Square</i>	74
Tabel 20. Uji t Statistik	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara	1
Gambar 2. Jumlah Pengguna Internet di Indonesia	3
Gambar 3. Grafik <i>Online Travel Agent</i> Paling Populer di Indonesia	4
Gambar 4. Grafik <i>Brand Index Online Travel Agent</i> di Indonesia	5
Gambar 5. <i>Icon</i> Aplikasi tiket.com	6
Gambar 6. Produk-produk tiket.com.....	7
Gambar 7. Model Penelitian	33
Gambar 8. Langkah-langkah Analisis PLS.....	43
Gambar 9. <i>Inner Model</i>	43
Gambar 10. <i>Outer Model</i>	44
Gambar 11. Diagram Jalur atau Kerangka Model Penelitian	45
Gambar 12. Logo tiket.com	52
Gambar 13. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	54
Gambar 14. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Gambar 15. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	56
Gambar 16. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	57
Gambar 17. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	58
Gambar 18. <i>Outer Model</i> (Model Pengukuran)	66
Gambar 19. <i>Inner Model</i>	73

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	92
Lampiran 2. Tabel titik Presentase Distribusi t.....	97
Lampiran 3. Data Kuesioner 100 Responden.....	98