

**PENGARUH IKLAN ONLINE, KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE
(Studi Kasus Pada Konsumen Situs Online Traveloka)**

SKRIPSI

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



OLEH :

GUSWAN PERDANA PUTRA

NPM. 16610033

PRODI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO

2020





**UNIT PUBLIKASI ILMIAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH
METRO**



SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN (SIMILARITY CHECK)

Nomor: 1364/II.3.AU/F/UPI-UK/2020

Unit Publikasi Ilmiah Universitas Muhammadiyah Metro dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : GUSWAN PERDANA PUTRA
NPM : 16610033
Jenis Dokumen : SKRIPSI

Judul :

PENGARUH IKLAN ONLINE, KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE (Studi Kasus Pada Konsumen Situs Online Traveloka)

Telah dilakukan validasi berupa Uji Kesamaan (*Similarity Check*) dengan menggunakan aplikasi *Turnitin*. Dokumen yang telah diperiksa dinyatakan telah memenuhi syarat bebas uji kesamaan (*similarity check*) dengan persentase kesamaan $\leq 20\%$. Hasil pemeriksaan uji kesamaan terlampir.

Demikian kami sampaikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Metro, 28 Juli 2020

Kepala Unit,



Swaditya Rizki, S.Si., M.Sc.
NIDN. 0224018703

Alamat:

Jl. Ki Hajar Dewantara No.116
Iringmulyo, Kec. Metro Timur Kota
Metro, Lampung, Indonesia

Website: www.upi.ummetro.ac.id
E-mail: upi.ummetro@gmail.com

PENGARUH IKLAN ONLINE, KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE
(Studi Kasus Pada Konsumen Situs Online Traveloka)

SKRIPSI

Diajukan

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Dalam Menyelesaikan
Program Sarjana Ekonomi (S1)

Oleh :

GUSWAN PERDANA PUTRA

NPM. 16610033

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH METRO
2020

ABSTRAK

Perdana Putra, Guswan. 2020. Pengaruh Iklan Online, Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Situs Online Traveloka). Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis (1) H. Suwanto, S.E., M.M. (2) Jati Imantoro, S.E.,M.E.Sy.

Keputusan pembelian merupakan tindakan pembelian setelah membandingkan produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh pembelian dari produk yang dibeli tersebut.

Adapun perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Apakah antara Iklan Online, Kualitas Website dan Kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian Tiket Secara Online pada situs Traveloka.Com”. Dari permasalahan tersebut maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara iklan online, kualitas website, dan kepercayaan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket secara online pada situs Traveloka.com.

Metode penelitian ini adalah kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik observasi, wawancara, dokumenter dan kuesioner. Kemudian dalam analisa data menggunakan metode kuantitatif, yaitu data yang terkumpul kemudian dianalisis. Setelah data terkumpul, kemudian data dianalisis menggunakan analisis regresi berganda dan diolah menggunakan spss.

Berdasarkan analisis data menggunakan spss, maka kesimpulan iklan online, kualitas website, dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian tiket secara online pada situs Traveloka.com.

Kata Kunci: Iklan Online, Kualitas Website, Kepercayaan, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

Perdana Putra, Guswan. 2020. The Influence of Online Advertising, Website Quality and Trust in Online Ticket Purchasing Decisions (Case Study on Traveloka Online Site Consumers). Undergraduate Thesis. Management Study Program, Economics and Business Faculty (1) H. Suwanto, S.E., M.M. (2) Jati Imantoro, S.E., M.E.Sy.

The purchase decision is a purchase act after comparing the service products received with those expected before the purchase with those actually obtained by the purchase of the product purchased.

The problem formulation in this research is "Whether between Online Advertising, Website Quality and Trust simultaneously affect the Online Ticket Purchase Decision on Traveloka.com site". From this problem, the research purpose is to determine the effect of online advertising, website quality, and trust simultaneously influencing online ticket purchase decisions on Traveloka.com.

This research method is quantitative. The technique used in data collection is interview, documentary and questionnaire techniques. Then in analyzing data using quantitative methods, the data collected it is analyzed. After the data is collected, then the data is analyzed using multiple regression analysis and processed using SPSS.

Based on the data analysis using SPSS, the conclusion of online advertising, website quality, and trust have a positive and significant effect together in deciding to purchase tickets online on the Traveloka.com site.

Keywords: Online Advertising, Website Quality, Trustworthiness, Purchasing Decisions

HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING

SKRIPSI

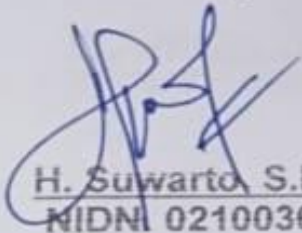
PENGARUH IKLAN ONLINE, KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE
(Studi Kasus Pada Konsumen Situs Online Traveloka)

GUSWAN PERDANA PUTRA

NPM. 16610033

Disetujui Oleh:

Pembimbing I.



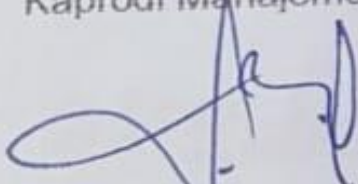
H. Suwanto, S.E. M.M.
NIDN. 0210036801

Pembimbing II.



Jati Imantoro, S.E.M.E.Sy.
NIDN. 0230018302

Mengetahui,
Kaprosdi Manajemen



H. Febriyanto, S.E., M.M.
NIDN. 0223027901

HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI

SKRIPSI


**PENGARUH IKLAN ONLINE, KUALITAS WEBSITE DAN KEPERCAYAAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ONLINE
(Studi Kasus Pada Konsumen Situs Online Traveloka)**


**GUSWAN PERDANA PUTRA
NPM. 16610033**

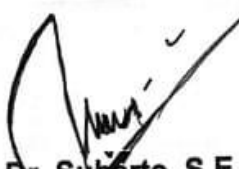
Telah Diuji dan Dinyatakan Lulus Pada:

**Hari : Jum'at
Tanggal : 14 Agustus 2020
Tempat Ujian: Ruang Sidang Fakultas Ekonomi**

Tim Penguji :


**H. Suwarta, S.E. M.M. Penguji I
NIDN. 0210036801**


**Jati Imantoro, S.E.M.E.Sy. Penguji II
NIDN. 0230018302**


**Dr. Subarto, S.E., M.M. Penguji Utama
NIDN. 0228035801**

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi**


**Dr. Subarto, S.E., M.M.
NIDN. 0228035801**

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Guswan Perdana Putra
NPM : 16610033
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Dosen Pembimbing : 1. H. Suwanto, S.E. M.M.
2. Jati Imantoro, S.E.M.E.Sy.

Menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul "**Pengaruh Iklan Online, Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Situs Online Traveloka)**" adalah benar hasil karya saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari karya orang lain, yang merupakan salah satu syarat dalam penyelesaian program S-1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro.

Apabila dikemudian hari terdapat unsur plagiat dalam isi skripsi tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar akademik Sarjana Ekonomi dan akan mempertanggungjawabkan secara hukum.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya.

Metro, 2020

Yang membuat pernyataan,



Guswan Perdana Putra
NPM. 16610033

MOTTO

“Someone is sitting in the shade today because someone planted a tree a long time ago”.

(Warren Buffett)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur allhamdulillah kupersembahkan karya kecilku ini untuk:

1. Yang utama dari segalanya, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT, terimakasih telah membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkan ku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahannya yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang sederhana ini dapat terselesaikan. Sholawat serta salam selalu terlimpahkan kehadiran Rasulullah SAW.
2. Bapak & Ibu yang telah memberikan kasih sayang hingga aku dewasa, serta mendoakan dan mendukung saya untuk menjalani hidup sesuai keinginan.
3. Keluarga besarku terimakasih atas segalanya.
4. Almamaterku Universitas Muhammadiyah Metro.

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Alhamdulillah, puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Iklan Online, Kualitas Website Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Secara Online (Studi Kasus Pada Konsumen Situs Online Traveloka)”** Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dan masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang relevan serta membangun kearah penyempurnaan pada skripsi ini sehingga dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Drs. H. Jazim Ahmad, M.Pd., Rektor Universitas Muhammadiyah Metro.
2. Dr. Suharto, S.E., M.M., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.
3. H. Febriyanto, S.E., M.M., Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro.

4. H. Suwanto, S.E. M.M., dosen Pembimbing I yang telah menyediakan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikannya skripsi ini.
5. Jati Imantoro, S.E. M.E.Sy. dosen Pembimbing II yang telah menyediakan waktu, memberikan saran dan pengarahan serta bimbingan dengan kesabaran hingga terselesaikannya skripsi ini.
6. Segenap dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro yang telah memberikan banyak wawasan ilmu pengetahuan dan pengalaman yang berarti bagi penulis. Dan seluruh staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Metro, penulis ucapkan terima kasih atas segala bantuannya.
7. Semua Pihak yang telah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan penulis. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa bersama kita dan meridho'i jalan hidup kita Amin.

Wasalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh

Metro, 2020



Guswan Perdana Putra
NPM : 16610033

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN LOGO	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN UJI KESAMAAN.....	iii
HALAMAN JUDUL.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING.....	vii
HALAMAN PERSETUJUAN PENGUJI.....	viii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI	ix
MOTTO	x
HALAMAN PERSEMBAHAN	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Penelitian	1
B. Identifikasi	7
C. Perumusan Masalah	7
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	8
F. Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	9
G. Sistematika Penulisan	10
BAB II KAJIAN TEORITIK	11
A. Landasan Teori Pemasaran	11
1. Definisi Pemasaran.....	11
2. Manajemen Pemasaran.....	12
B. <i>E-Commerce</i>	13
1. Pengertian <i>E-Commerce</i>	13
2. Jenis – jenis <i>E-Commerce</i>	14

3. Proses Transaksi <i>E-Commerce</i>	14
C. Iklan Online	15
1. Definisi dan Lingkup Iklan Online.....	15
2. Tujuan Periklanan.....	17
3. Jenis – jenis Iklan	19
4. Periklanan yang Efektif	20
5. Indikator Iklan Online	23
D. Kualitas Website.....	23
1. Pengukuran Kualitas Website	25
2. Indikator Kualitas Website	26
E. Kepercayaan	26
1. Definisi Kepercayaan.....	26
2. Indikator Kepercayaan Konsumen	28
F. Keputusan Pembelian	28
1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	28
2. Pengukuran Keputusan Pembelian.....	30
3. Indikator Keputusan Pembelian	32
G. Hasil Penelitian Relevan.....	33
H. Kerangka Pemikiran	34
I. Hipotesis Penelitian	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	38
A. Jenis Penelitian	38
B. Objek dan Lokasi Penelitian	38
C. Metode Penelitian.....	38
D. Populasi dan Sampel.....	42
1. Populasi.....	42
2. Sampel	42
3. Skala Pengukuran	43
E. Teknik Pengumpulan Data	43
F. Pengujian Persyaratan Instrumen.....	45
1. Uji Validitas.....	45
2. Uji Reliabilitas	46
G. Pengujian Persyaratan Analisis Regresi	47
1. Uji Normalitas	47

2. Uji Homogenitas	48
3. Uji Linieritas.....	49
H. Pengujian Model Analisis	49
1. Analisis Regresi Berganda.....	49
2. Uji t Parsial	50
3. Uji F.....	51
4. Determinasi	52
I. Hipotesis Statistik.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	54
A. Gambaran Umum.....	54
1. Sejarah Singkat	54
2. Visi dan Misi	54
3. Struktur Organisasi.....	55
B. Hasil Penelitian	57
1. Deskripsi Data Hasil Kuesioner	57
2. Pengujian Persyaratan Analisis Regresi.....	64
C. Pengujian Hipotesis	69
1. Uji T (Parsial).....	69
2. Uji F (Simultan).....	71
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	71
D. Hipotesis Statistik.....	72
1. Iklan Online (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	72
2. Kualitas Website (X_2) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	73
3. Kepercayaan (X_3) berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	74
E. Hasil Pembahasan.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	77
A. Kesimpulan	77
B. Saran	77
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1. Situs Penjualan Tiket Travel, <i>Event</i> , Booking Hotel Di Indonesia Tahun 2019.....	4
2. Persentase Pengunjung Situs Traveloka 2019	5
3. Penelitian Relevan	33
4. Kisi- kisi Angket Kuesioner	41
5. <i>Skala Likert</i>	44
6. Interval Uji Coba Variabel Iklan Online (X_1)	58
7. Interval Uji Coba Variabel Kualitas Website (X_2)	60
8. Interval Uji Coba Variabel Kepercayaan (X_3)	62
9. Interval Uji Coba Variabel Keputusan Pembelian (Y)	63
10. Hasil Uji Coba Normalitas	64
11. Hasil Uji Coba Linearitas X_1 dengan Y	65
12. Hasil Uji Coba Linearitas X_2 dengan Y	66
13. Hasil Uji Coba Linearitas X_3 dengan Y	66
14. Hasil Uji Coba Homogenitas.....	67
15. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda	68
16. Uji F (Simultan)	71
17. Hasil Koefisien Determinasi.....	72
18. Hasil Pengujian Pengaruh Iklan Online (X_1) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	73
19. Hasil Pengujian Pengaruh Kualitas Website (X_2) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	73
20. Hasil Pengujian Pengaruh Kepercayaan (X_3) terhadap Keputusan Pembelian (Y)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
1. Media Periklanan	4
2. Rating Aplikasi Traveloka.com pada Aplikasi Playstore 2019	6
3. Presentase lalu lintas perdagangan ticket dari berbagai e-commerse Di Indonesia Tahun 2019.....	6
4. Model AIDA.....	20
5. Konsep AIDA	22
6. Kerangka Pemikiran.....	36
7. Struktur Organisasi Traveloka.Com	55
8. Diagram Iklan Online (X_1)	59
9. Diagram Kualitas Website (X_2).....	60
10. Diagram Kepercayaan (X_3)	62
11. Diagram Keputusan Pembelian (Y).....	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Lembar Pengajuan Judul	80`
2. Lembar Berita Acara Ujian Skripsi dan Komprehensif.....	81
3. Lembar Konsultasi Pembimbing	82
4. Lembar Nilai Ujian Komprehensif.....	83
5. Surat Keputusan Ujian Skripsi	84
6. Lembar Rekap Hasil Ujian Komprehensif	85
7. Data Mentah Kuesioner	86
8. Data Analisis Persyaratan Instrumen	94
9. Hasil Uji <i>Product Moment</i> untuk Keselamatan Kerja, Kesehatan Kerja, Lingkungan Kerja, dan Kinerja Karyawan	98
10. Data Hasil Kuesioner Setelah Uji Validitas.....	100
11. Hasil Analisis Persyaratan Regresi	108
12. Hasil Analisis Regresi Berganda.....	111
13. Hasil Pengujian Hipotesis	114
14. Distribusi nilai r_{tabel}	115
15. L Tabel	116
16. <i>DISTRIBUTION</i> TABEL NILAI F	118
17. <i>DISTRIBUTION</i> NILAI t_{tabel}	119