

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
PURCHASE INTENTION MASKAPAI PENERBANGAN GARUDA
INDONESIA**



SKRIPSI

**Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh :

Nama : Lufiatun Ilmiyah

NPM : 0618 4061 1829

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA**

2022

**PENGARUH *WORD OF MOUTH* DAN *BRAND TRUST* TERHADAP
PURCHASE INTENTION MASKAPAI PENERBANGAN GARUDA
INDONESIA**



SKRIPSI

**Dibuat untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan
Pendidikan Strata 1 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun Oleh :

**Nama : Lufiatun Ilmiyah
NPM : 0618 4061 1829**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Palembang, 28 Juli 2022
Pembimbing II,**

**Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si
NIP 198602262015042003**

**Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si
NIP 197301312001121002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

**Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata**

**Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB.
NIP 197602222002121001**

**Yulia Pebrianti, S.E.I, M.Si
NIP 198602262015042003**

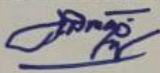
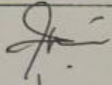
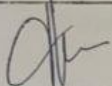
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Lufiatun Ilmiyah
NPM : 061840611829
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Trust* Terhadap *Purchase Intention* Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia

Telah Dipertahankan Di Hadapan Dewan Penguji Ujian Skripsi
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari : Selasa
Tanggal: 02 Agustus 2022

TIM PENGUJI

| No. | Nama | Tanda Tangan | Tanggal |
|-----|--|--|-----------|
| 1. | Jusmawi Bustan, S.E., M.Si. |  | 22-8-2022 |
| 2. | Dr. Heri Setiawan, S.E., M.A.B. |  | 8-8-2022 |
| 3. | Alditja Detmuliati, S.ST., M.M.Par. |  | 9-8-2022 |

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Lufiatun Ilmiyah
NPM : 061840611829
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Trust* terhadap *Purchase Intention* Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya saya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata dikemudian hari penulisan skripsi ini merupakan hasil plagiat atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik Negeri Sriwijaya.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Palembang, Juli 2022

Penulis



(Lufiatun Ilmiyah)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Jangan pernah menyerah jika kamu masih ingin mencoba. Jangan biarkan penyesalan datang karena kamu selangkah lagi untuk menang.”

(R.A Kartini)

Karya ini ku persembahkan untuk:

- Kedua orang tuaku Ayah (M.Sholeh Adsyah) dan Mama (Rusmini) tercinta yang tak pernah lelah untuk mengingatkan, memberikan semangat serta memberikan dukungan, perjuangan dan memberikan motivasi dalam hidup ini.
- Kakak-Kakak ku (Melinda, S.E), (Metalia), (M.Reza, S.kom), (Syahidatul Khoiriah, S.Pd) serta adik ku (M.Radith Fahrezi) yang selalu mendukung, mengingatkan serta merelakan waktunya untuk memberikan canda dan tawa serta kasih sayang.
- Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Word Of Mouth* dan *Brand Trust* terhadap *Purchase Intention* Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia” dengan tepat waktu.

Tujuan penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* dan *Brand Trust* terhadap *Purchase Intention* Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia secara masing-masing, serta pengaruh *word of mouth* dan *Brand Trust* terhadap *Purchase Intention* Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia. Penulisan skripsi ini disusun berdasarkan hasil survei yang dilakukan melalui *google form* kepada responden yang memiliki keinginan untuk menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia dengan Sampel berjumlah 109 orang. Penulisan skripsi ini memperoleh hasil bahwa secara parsial *word of mouth* dan *brand trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *purchase intention* konsumen, demikian pula secara keseluruhan *word of mouth* dan *brand trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *purchase intention* konsumen. Dengan demikian, penumpang akan melakukan pembelian dan merekomendasikan kepada orang lain untuk menggunakan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan skripsi ini. Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari kekurangan, baik dari segi penggunaan bahasa maupun isi. Oleh karena itu, penulis dengan segala kerendahan hati mengharapkan masukan dan saran untuk penyempurnaan skripsi yang telah dibuat. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi penulis, mahasiswa dan akademisi Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.

Palembang, Juli 2021

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

Pada kesempatan ini penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bimbingan, petunjuk, masukan dan bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis dengan segala kerendahan hati ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak – pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini, khususnya kepada :

1. Kedua Orang tua dan keluarga besar penulis yang senantiasa mendoakan, mendukung dan memberikan bantuan moril dan materil serta selalu memberikan kasih dan sayangnya untuk penulis.
2. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, MT., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang.
3. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M. AB selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
4. Ibu Dr. Marieska Lupikawaty, S.E., M.M., selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I., M.Si selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya sekaligus Pembimbing I yang telah bersedia memberikan bimbingan, pengarahan, inspirasi, dan motivasi serta saran dengan penuh keikhlasan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
6. Bapak Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si selaku Pembimbing II yang telah bersedia memberikan bimbingan, pengarahan, inspirasi, dan motivasi serta saran dengan penuh keikhlasan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu.
7. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya khususnya Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.
8. Seluruh Pegawai dan Staf di Garuda Sales Office Palembang yang telah membantu penulis dalam pengambilan data.
9. Rekan-rekan mahasiswa angkatan keenam Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya.

10. Semua pihak yang telah memberikan bantuannya kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih banyak pada semua pihak yang telah memberikan bantuan dan bimbingan kepada penulis. Semoga segala bantuan yang telah diberikan mendapatkan limpahan rahmat dan pahala dari Allah SWT. Aamiin.

Palembang, Juli 2022

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *word of mouth* dan *brand trust* baik secara masing-masing maupun secara keseluruhan terhadap *purchase intention* maskapai penerbangan Garuda Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna jasa penerbangan Garuda Indonesia di Kota Palembang. Jumlah populasi diambil dari data lima tahun terakhir sebanyak 10.363 orang. Sampel dipilih menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 109 responden. Teknik analisis pengumpulan data melalui kuesioner, observasi, dokumentasi serta studi kepustakaan. Analisis data diolah menggunakan program SPSS versi 26 dengan teknik analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap *purchase intention* konsumen. Demikian pula, *brand trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *purchase intention* konsumen. *Word of mouth* dan *brand trust* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *purchase intention* konsumen.

Kata Kunci: *Word Of Mouth, Brand Trust, Purchase Intention* Konsumen

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of word of mouth and brand trust, individually and as a whole, on the purchase intention of Garuda Indonesia airline. The method used in this study is a descriptive method with a quantitative approach. The population in this study were users of Garuda Indonesia flight services in the city of Palembang. The total population is taken from the data of the last five years as many as 10.363 people. The sample was selected using purposive sampling method as many as 109 respondents. Data collection analysis techniques are through questionnaires, observations, documentation and literature study. Data analysis was processed using SPSS version 26 program with multiple linear regression analysis techniques. The results showed that word of mouth had a significant and positive effect on consumer purchase intention. Likewise, the brand trust has a significant and positive effect on consumer purchase intention. Word of mouth and brand trust have a significant and positive effect on consumer purchase intention.

Keywords: Word Of Mouth, Brand Trust, Purchase Intention

DAFTAR ISI

| | |
|--|------------|
| HALAMAN JUDUL | i |
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iv |
| MOTTO DAN PERSEMBAHAN | v |
| KATA PENGANTAR..... | vi |
| UCAPAN TERIMA KASIH | vii |
| ABSTRAK | ix |
| ABSTRACK | x |
| DAFTAR ISI..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xvi |
| | |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 6 |
| 1.3 Batasan Masalah | 6 |
| 1.4 Tujuan Penelitian | 6 |
| 1.5 Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.5.1 Manfaat Praktis | 7 |
| 1.5.2 Manfaat Teoritis | 7 |
| 1.6 Sistematika Penulisan | 7 |
| | |
| BAB II LANDASAN TEORI | 9 |
| 2.1 Industri Pariwisata | 9 |
| 2.1.1 Pengertian Industri Pariwisata..... | 9 |
| 2.1.2 Transportasi | 10 |
| 2.1.3 Maskapai Penerbangan..... | 11 |
| 2.2 <i>Word Of Mouth</i> | 11 |
| 2.2.1 Pengertian <i>Word of Mouth</i> | 11 |
| 2.2.2 Dimensi <i>Word Of Mouth</i> | 12 |
| 2.2.3 Tips untuk <i>Word Of Mouth</i> sukses | 14 |
| 2.3 <i>Brand Trust</i> | 15 |
| 2.3.1 Pengertian <i>Brand Trust</i> | 15 |
| 2.3.2 Dimensi <i>Brand Trust</i> | 16 |
| 2.3.3 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Brand Trust</i> | 17 |
| 2.4 <i>Purchase Intention</i> | 18 |
| 2.4.1 Pengertian <i>Purchase Intention</i> | 18 |
| 2.4.2 Dimensi <i>Purchase Intention</i> | 19 |
| 2.4.3 Tahapan dalam Memunculkan Niat Beli..... | 20 |
| 2.5 Hubungan antar Variabel..... | 21 |
| 2.5.1 Hubungan antar <i>Word Of Mouth</i> terhadap | |

| | |
|---|-----------|
| <i>Purchase Intention</i> | 21 |
| 2.5.2 Hubungan antar <i>Brand Trust</i> terhadap <i>Purchase Intention</i> | 21 |
| 2.6 Penelitian Terdahulu | 22 |
| 2.7 Kerangka Pemikiran` | 28 |
| 2.8 Hipotesis | 28 |
| BAB III METODELOGI PENELITIAN..... | 29 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 29 |
| 3.2 Lokasi Penelitian | 29 |
| 3.3 Jenis dan Sumber Data | 29 |
| a. Data Primer | 29 |
| b. Data Sekunder | 29 |
| 3.4 Populasi dan Sampel..... | 30 |
| 3.4.1 Populasi | 30 |
| 3.4.2 Sampel | 30 |
| 3.5 Definisi Operasional Variabel | 31 |
| 3.6 Teknik Pengumpulan Data | 34 |
| 3.6.1 Studi Lapangan | 34 |
| a. Kuesioner | 34 |
| b. Dokumentasi | 34 |
| 3.6.2 Studi Literatur..... | 35 |
| 3.7 Skala Pengukuran | 35 |
| 3.8 Teknik Pengujian Instrumen..... | 36 |
| 3.8.1 Uji Validitas..... | 36 |
| 3.8.2 Uji Reliabilitas..... | 36 |
| 3.9 Koefisien Determinasi (R^2) | 37 |
| 3.10 Analisis Regresi Linier Berganda..... | 37 |
| 3.11 Uji Hipotesis | 38 |
| 3.11.1 Uji t (Parsial) | 38 |
| 3.11.2 Uji F (Simultan)..... | 38 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 40 |
| 4.1 Hasil Penelitian | 40 |
| 4.1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian..... | 40 |
| 4.1.2 Deskripsi Karakteristik Responden | 41 |
| 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin . | 41 |
| 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 42 |
| 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 42 |
| 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan Jasa..... | 43 |
| 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Kunjungan | 44 |
| 4.1.3 Rekapitulasi Jawaban Kuisisioner..... | 45 |
| 1. Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang <i>Word Of Mouth</i> | 45 |

| | |
|---|-----------|
| a. Dimensi <i>Cognitive Content</i> | 45 |
| b. Dimensi <i>Richness Of Content</i> | 46 |
| c. Dimensi <i>Strenght of Delivery</i> | 47 |
| 2. Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang | |
| <i>Brand Trust</i> | 48 |
| a. Dimensi <i>Viability</i> | 48 |
| b. Dimensi <i>Intentionality</i> | 49 |
| 3. Rekapitulasi Jawaban Responden Tentang | |
| <i>Brand Trust</i> | 50 |
| a. Dimensi Minat Transaksional..... | 50 |
| b. Dimensi Minat Refrensial | 51 |
| c. Dimensi Minat Preferensial | 52 |
| d. Dimensi Minat Eksploratif | 53 |
| 4.1.4 Uji Instrumen Penelitian..... | 54 |
| 1. Uji Validitas | 54 |
| 2. Uji Reliabilitas | 56 |
| 4.1.5 Koefisien Determinasi (R^2) | 57 |
| 4.1.6 Uji Regresi Linier Berganda..... | 58 |
| 4.1.7 Uji Hipotesis..... | 59 |
| 1. Uji t (Parsial)..... | 59 |
| 2. Uji F (Simultan) | 61 |
| 4.2 Pembahasan | 62 |
| 4.2.1 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Konsumen | 62 |
| 4.2.2 Pengaruh <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Konsumen..... | 64 |
| 4.2.3 Pengaruh <i>Word Of Mouth</i> dan <i>Brand Trust</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i> Konsumen..... | 66 |
| BAB V KESIMPULAN DAN SARAN | 68 |
| 5.1 Kesimpulan | 68 |
| 5.2 Saran | 68 |

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

| | Halaman |
|--|----------------|
| Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Tiket di Sales Office Garuda Indonesia Palembang Tahun 2017 – 2021 | 3 |
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu | 22 |
| Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel..... | 32 |
| Tabel 3.2 Skala Likert | 36 |
| Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 41 |
| Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... | 42 |
| Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan | 43 |
| Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Penggunaan Jasa | 43 |
| Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Jasa | 44 |
| Tabel 4.6 Dimensi <i>Cognitive Content</i> | 45 |
| Tabel 4.7 Dimensi <i>Richness of Content</i> | 46 |
| Tabel 4.8 Dimensi <i>Strenght of Delivery</i> | 47 |
| Tabel 4.9 Dimensi <i>Viability</i> | 48 |
| Tabel 4.10 Dimensi <i>Intentionality</i> | 49 |
| Tabel 4.11 Dimensi Minat Transaksional | 50 |
| Tabel 4.12 Dimensi Minat Refrensial | 51 |
| Tabel 4.13 Dimensi Minat Preferensial | 52 |
| Tabel 4.14 Dimensi Minat Eksploratif | 53 |
| Tabel 4.15 Hasil Uji Validitas Instrumen | 54 |
| Tabel 4.16 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen..... | 56 |
| Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) | 57 |
| Tabel 4.18 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda..... | 58 |
| Tabel 4.19 Hasil Uji t (Parsial) | 60 |
| Tabel 4.20 Hasil Uji F (Simultan)..... | 61 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|---|----------------|
| Gambar 1.1 Berita & Komentar Mengenai Kasus Garuda Indonesia..... | 4 |
| Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran..... | 28 |

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Surat Rekomendasi Ujian Skripsi
- Lampiran 2 : Lembar Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing 1
- Lampiran 3 : Lembar Bimbingan Skripsi dengan Pembimbing 2
- Lampiran 4 : Kuisisioner Penelitian
- Lampiran 5 : Rekapitulasi Data Hasil Jawaban Kuisisioner oleh Responden
- Lampiran 6 : Hasil Uji Validitas
- Lampiran 7 : Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 8 : Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2), Analisis Regresi Linier Berganda, Uji t dan Uji F
- Lampiran 9 : r -tabel, t -tabel, F -tabel
- Lampiran 10 : Frekuensi Identitas Responden
- Lampiran 11 : Frekuensi Jawaban Responden