

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION CUSTOMER* PADA APLIKASI *ONLINE TRAVEL AGENT (OTA)* TRAVELOKA



SKRIPSI

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

Disusun oleh :

Nama : Nova Andriani

NPM : 0619 4061 2079

**PROGRAM STUDI USAHA PERJALANAN WISATA
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
POLITEKNIK NEGERI SRIWIJAYA
2023**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nova Andriani
NPM : 061940612079
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : D-IV Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh Customer Experience dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Repurchase Intention Pada Aplikasi *Online Travel Agent (OTA) Traveloka*

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ternyata di kemudian 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, Agustus 2023
Penulis,



Nova Andriani

PENGARUH *CUSTOMER EXPERIENCE* DAN *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* TERHADAP *REPURCHASE INTENTION* CUSTOMER PADA APLIKASI *ONLINE TRAVEL AGENT (OTA)* TRAVELOKA



Dibuat Untuk Memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan Strata I Pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya

Disusun oleh :

**Nama : Nova Andriani
NPM : 0619 4061 2079**

Menyetujui,

Pembimbing I,

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

**Palembang, Agustus 2023
Pembimbing II,**

**Rifa, S.E., M.AB
NIP 190612281990032002**

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis

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

**Ketua Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata,**

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

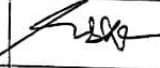
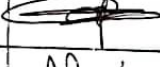
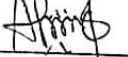
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Nova Andriani
NPM : 061940612079
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh *Customer Experience* Dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap *Repurchase Intention Customer* Pada Aplikasi *Online Travel Agent (OTA)* Traveloka

Telah Dipertahankan Dihadapan Dewan Penguji Pada Ujian Skripsi
Program Studi Usaha Perjalanan Wisata
Dan Dinyatakan LULUS

Pada Hari : Senin
Tanggal : 14 Agustus 2023

TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Munparidi, S.E., M.Si		16-08-2023
2.	Esya Alhadi, S.E., M.M		21-08-2023
3.	Alfitriani, S.ST.Par., M.Par.		16-08-2023

ABSTRAK

Online Travel Agent Traveloka berada dibawah naungan PT Trinusa Travelindo yang menerapkan sistem pemesanan produk mulai dari pemilihan produk hingga pembayaran dilakukan sendiri oleh *customer*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis terkait pengaruh *customer experience* dan *electronic word of mouth* terhadap *repurchase intention customer* pada Traveloka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuisioner. Sampel penelitian sebanyak 100 responden *customer* Traveloka yang telah melakukan pemesanan pada Traveloka lebih dari satu kali pemesanan dengan teknik *purposive sampling*. Pada uji T, variabel *customer experience* (X1) diperoleh $t_{hitung} 5.541 > t_{tabel} 1.984$ dan nilai sig. $0.000 < 0.05$, kemudian pada variabel *electronic word of mouth* (X2) diperoleh $t_{hitung} 5.317 > t_{tabel} 1.984$ dan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Dan pada uji F didapatkan nilai $F_{hitung} 157.337 > F_{tabel} 3.09$ dan nilai sig. $0.000 < \text{nilai alpha } 0.05$. Berdasarkan hasil perhitungan uji tersebut, penelitian ini didapatkan hasil bahwa variabel independen baik secara parsial dan simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *repurchase intention* pada Traveloka. Semua variabel independen ini memiliki besaran kemampuan untuk menjelaskan variabel dependen dengan besaran pengaruh variabel sebesar 76,0%.

Kata Kunci : *Customer Experience, Electronic Word Of Mouth, Repurchase Intention, Traveloka*

ABSTRACT

Traveloka Online Travel Agent is under the auspices of PT Trinusa Travelindo which implements a product ordering system starting from product selection to payment made by the customer himself. This study aims to identify and analyze the influence of customer experience and electronic word of mouth on customer repurchase intention at Traveloka. This study uses a descriptive quantitative approach by collecting data through questionnaires. The research sample consisted of 100 Traveloka customer respondents who had ordered more than once with Traveloka using a purposive sampling technique. In the T test, the customer experience variable (X1) obtained tcount 5,541 > ttable 1,984 and the sig. 0.000 < 0.05, then on the variable electronic word of mouth (X2) obtained tcount 5.317 > ttable 1.984 and sig. 0.000 < 0.05. And in the F test, the Fcount value was 157,337 > Ftable 3.09 and the sig. 0.000 < alpha value 0.05. Based on the results of the test calculations, this study showed that the independent variables both partially and simultaneously had a positive and significant effect on repurchase intention at Traveloka. All of these independent variables have a magnitude of the ability to explain the dependent variable with a variable influence of 76.0%.

Keywords : Customer Experience, Electronic Word Of Mouth, Repurchase Intention, Traveloka

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah rabbil'alamin, puji syukur atas kehadiran Allah swt yang mana atas karunia dan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "**Pengaruh *Customer Experience* dan *Electronic Word Of Mouth* Terhadap *Repurchase Intention* Pada Aplikasi *Online Travel Agent (OTA) Traveloka***" tepat pada waktunya. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya pengalaman yang didapatkan oleh *customer* dan tanggapan yang diberikan melalui media elektronik oleh *customer* setelah menggunakan produk terhadap pembelian ulang produk pada *Online Travel Agent* Traveloka.

Penelitian ini mendapatkan hasil yang menyatakan bahwa *customer experience* dan *electronic word of mouth* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan pada *repurchase intention customer* Traveloka. Berdasarkan analisis regresi linier berganda yang mana pada variabel independen *customer experience* memiliki pengaruh sebesar 11.9% dan variabel *electronic word of mouth* memiliki pengaruh sebesar 14.8% dalam mempengaruhi variabel dependen *repurchase intention* dan kedua variabel independen ini berpengaruh sebesar 76,0% terhadap *repurchase intention* pada produk Traveloka.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Penulis senantiasa menerima kritik dan saran yang membangun dan baik agar dapat menjadi pengetahuan dan perbaikan dalam penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi ladang ilmu dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini sehingga skripsi ini selesai sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Palembang, Agustus 2023

Penulis,

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Boleh jadi kamu membenci sesuatu padahal ia amat baik bagimu, dan boleh jadi pula kamu menyukai sesuatu, padahal ia amat buruk bagimu, Allah mengetahui sedang kamu tidak mengetahui.”

(Al-Baqarah : 2;216)

“Maka sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain). dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap.”

(Al-Insyirah : 6-8 ;94)

KU PERSEMBAHAN KEPADA :

- ❖ **Kedua orang tua, Bapak Kasiyanto dan Ibu Sundari yang cintanya tiada tara**
- ❖ **Keluarga terkasih**
- ❖ **Almamater Politeknik Negeri Sriwijaya**

UCAPAN TERIMA KASIH

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji hanya milik Allah swt, yang mana atas berkah dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. skripsi ini selesai dengan baik dan lancar semata-mata tidak hanya usaha dari penulis sendiri, melainkan juga bantuan tulus dari berbagai pihak selama proses penyelesaian skripsi. Oleh karena itu, dalam lembar ini penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada :

1. Orang tua tercinta, Bapak Kasiyanto dan Ibu Sundari. Terimakasih atas semua doa yang selalu kalian langitkan dengan tulus serta curahan kasih sayang serta dukungan baik secara moral maupun finansial sehingga penulis bisa sampai di titik penyelesaian tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Ing. Ahmad Taqwa, M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya
3. Bapak Dr. Heri Setiawan, S.E., M.AB., CPMA selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
4. Ibu Yulia Pebrianti, S.E.I, M.Si selaku Ketua Progam Studi Usaha Perjalanan Wisata Politeknik Negeri Sriwijaya
5. Bapak Dr. Hadi Jauhari, S.E, M.Si selaku dosen pembimbing I dan Ibu Rini, S.E, M.AB selaku dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktu, membantu, membimbing serta memotivasi penulis selama proses penulisan skripsi
6. Seluruh dosen dan staff jurusan administrasi bisnis politeknik negeri sriwijaya
7. Mas terkasih, Andrianto. Terimakasih telah mendukung dalam bentuk apapun dan menasihati tanpa pernah marah dan mencela sedikitpun. Dan Mbak Atik Setia Rini yang turut membantu mensupport materi
8. Keluarga besar yang kasih sayangnya terus terasa walaupun tidak selalu berjumpa
9. Keponakan ibik, Ahmad Hanif Pradipta dan Muhammad Dhanis yang membuat mood selalu baik di rumah

10. Responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisioner penelitian
11. Teman-teman seperjuangan Kelas BPA, BPB, BPM 2019. Terkhusus Kelas BPA, terimakasih telah memberikan cerita selama proses perkuliahan berlangsung baik secara online ataupun offline
12. Teman-teman Pingol, Ade Melati Putri, S.Tr.Par., Audia Faradisa, S.Tr.Par., Refa Dhea Septilia., S.Tr.Par., terimakasih telah membantu dalam bentuk dukungan serta kebersamaan dalam suka duka selama masa perkuliahan dari awal hingga akhir

Penulis mengucapkan terima kasih kepada para pihak yang terlibat baik yang dapat disebutkan maupun tidak disebutkan, terimakasih telah membantu penulis sehingga skripsi ini berjalan dengan baik. Semoga segala bantuan yang telah diberikan dapat menjadi berkah dan pahala dari Allah SWT.

Palembang, Agustus 2023

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	viii
UCAPAN TERIMA KASIH	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Batasan Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.5.1 Manfaat Teoritis	10
1.5.2 Manfaat Praktis	10
1.6 Sistematika Penulisan	11
BAB II LANDASAN TEORI	13
2.1 <i>Customer Experience</i>	13
2.1.1 Definisi <i>Customer Expeience</i>	13
2.1.2 Dimensi <i>Customer Experience</i>	14
2.2 <i>Customer</i>	15
2.3 <i>Internet</i>	15
2.4 <i>Electronic Word Of Mouth (e-WOM)</i>	16
2.5 <i>Repurchase Intention</i>	18

2.6 Penelitian Terdahulu	20
2.7 Kerangka Berfikir	22
2.8 Hipotesis Penelitian	23
BAB III METODE PENELITIAN	24
3.1 Pendekatan Penelitian	24
3.2 Lokasi Penelitian.....	24
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4 Populasi dan Sampel.....	25
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6 Skala Pengukuran.....	28
3.7 Instrumen Penelitian	28
3.8 Teknik Analisis Data.....	29
3.8.1 Analisis Data Deskriptif	29
3.8.2 Pengujian Asumsi Klasik.....	29
1. Uji Normalitas	29
2. Uji Multikolinearitas	30
3. Uji Heteroskedastisitas	30
3.8.3 Uji Hipotesis	30
1. Uji Signifikan Parsial (Uji T)	30
2. Uji Signifikan Simultan (Uji F)	31
3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	32
3.8.4 Uji Validitas	32
3.8.5 Uji Reliabilitas	33
3.8.6 Analisis Regresi Linier Berganda	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	34
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	34
4.1.1 Gambaran Umum Traveloka	34
4.1.2 Logo Traveloka.....	35
4.1.3 Visi dan Misi Traveloka	35
a. Visi.....	35
b. Misi.....	35
4.1.4 Produk Traveloka.....	36
4.1.5 Layanan Pada Traeloka.....	36
4.2 Analisis Deskriptif Karakteristik Responden.....	37
a. Jenis Kelamin	38
b. Usia.....	38
c. Pekerjaan	39

d. Perolehan Informasi	40
e. Frekuensi Pemesanan	40
f. Produk yang dibeli	41
4.3 Rekapitulasi Jawaban Responden	41
4.3.1 Variabel Independen	41
4.3.1.1 <i>Customer Experience</i>	42
4.3.1.2 <i>Electronic Word Of Mouth</i>	45
4.3.2 Variabel Dependen	47
4.3.2.1 Faktor Pendorong	47
4.4 Analisis Data Deskriptif	48
4.5 Uji Asumsi Klasik	48
4.5.1 Uji Normalitas	48
4.5.2 Multikolinearitas	49
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas	50
4.6 Uji Instrumen	51
4.6.1 Uji Validitas	51
4.6.2 Uji Reliabilitas	52
4.6.3 Uji Regresi Linier Berganda	53
4.7 Uji Hipotesis	54
4.7.1 Uji Signifikan Parsial (Uji T)	54
4.7.2 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	55
4.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	56
4.8 Pembahasan	57
4.8.1 Pengaruh <i>Customer experience</i> (X1) Terhadap <i>Repurchase intention</i> (Y)	57
4.8.2 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2) Terhadap <i>Repurchase intention</i> (Y)	60
4.8.3 Pengaruh <i>Customer experience</i> (X1) Dan <i>Electronic Word Of Mouth</i> (X2) Terhadap <i>Repurchase intention</i> (Y)	61
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran	65
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Jumlah Pengunjung Website OTA di Indonesia	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	20
Table 3.1 Skala Likert	28
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian	28
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Perolehan Informasi	41
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pemesanan ..	41
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Produk yang dibeli.....	42
Tabel 4.7 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Dimensi <i>Ease of use</i> ..	43
Tabel 4.8 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Dimensi <i>Security</i>	44
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Dimensi <i>Fullfilment</i> <i>Reliability</i>	45
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Dimensi <i>Customer</i> <i>Service</i>	45
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Dimensi <i>Intensity</i>	46
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Dimensi <i>Vallence</i> <i>of Opinion</i>	47
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Dimensi <i>Content</i>	47
Tabel 4.14 Rekapitulasi Jawaban Responden Pada Dimensi Faktor Pendorong	48
Tabel 4.15 Uji Statistik Deskriptif Responden	49
Tabel 4.16 Uji Normalitas.....	50
Tabel 4.16 Uji Multikolinearitas	51
Tabel 4.18 Uji Heteroskedastisitas.....	51
Tabel 4.16 Uji Validitas	52
Tabel 4.17 Uji Reliabilitas	54

Tabel 4.18 Analisis Regresi Linear Berganda	54
Tabel 4.19 Hasil Uji Hipotesis Parsial (Uji T)	56
Tabel 4.20 Hasil Uji Hipotesis Simultan (Uji F)	57
Tabel 4.21 Hasil Uji Hipotesis Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	58

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia	2
Gambar 1.2 Grafik Pengunjung Traveloka	5
Gambar 1.3 Ulasan Customer Traveloka	7
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	23
Gambar 4.1 Logo <i>Online Travel Agent</i> Traveloka.....	36