

**PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT. TRAVELOGIN UTAMA SEJAHTERA TERDEPAN DENGAN
E-TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**



SKRIPSI

**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Program Studi Diploma IV Usaha Perjalanan Wisata
Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

Disusun oleh:

Nama : Saskiana Amelia Putri

NIM : 062140612724

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

2025

**PENGARUH E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA
PT. TRAVELOGIN UTAMA SEJAHTERA TERDEPAN DENGAN
E-TRUST SEBAGAI VARIABEL INTERVENING**



**Dibuat untuk memenuhi Syarat Menyelesaikan Pendidikan
Program Studi Diploma IV Usaha Perjalanan Wisata
Jurusan Administrasi Bisnis
Politeknik Negeri Sriwijaya**

**Oleh :
Saskiana Amelia Putri
062140612724**

Menyetujui,

Pembimbing I,

**Dr. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M
NIP 196008061989101001**

**Palembang, Agustus 2025
Pembimbing II,**

**Rini, S.E., M.AB
NIP 196012281990032002**

Mengetahui,

**Ketua Jurusan
Administrasi Bisnis**

**Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE
NIP 197705212006042001**

**Koordinator Program Studi
Usaha Perjalanan Wisata**

**Alditia Detmuliati, S.ST., M.M.Par
NIP 199206082019032025**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Saskiana Amelia Putri
NPM : 062140612724
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Judul Skripsi : Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian
Pada PT. Travelogin Utama Sejahtera Terdepan
Dengan *E-Trust* Sebagai Variabel Intervening

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

Penulis,



Saskiana Amelia Putri

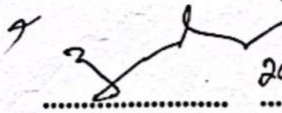
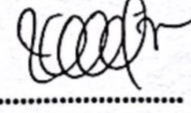
LEMBAR PENGESAHAN

Nama : Saskiana Amelia Putri
NPM : 062140612724
Jurusan : Administrasi Bisnis
Program Studi : Usaha Perjalanan Wisata
Mata Kuliah : Pemasaran Pariwisata
Judul Skripsi : Pengaruh E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Pada
PT. travaelogin Utama Sejahtera Terdepan Dengan
E-Trust Sebagai Variabel Intervening

Telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi
Program Studi DIV Usaha Perjalanan Wisata Jurusan Administrasi Bisnis
dan dinyatakan LULUS

Pada Hari : Jum'at
Tanggal : 1 Agustus 2025

TIM PENGUJI

<u>No.</u>	<u>Nama</u>	<u>Tanda Tangan</u>	<u>Tanggal</u>
1	Dr. A. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M Ketua Penguji		29 Juli 2025
2	Dr. Hadi Jauhari, S.E., M.Si Anggota Penguji		30/2025 /07
3	Keti Purnama Sari, S.E., M.S Anggota Penguji		30/07 2025
4	Dwi Riana, S.E., M.AB Anggota Penguji		29 Juli 2025.

MOTTO

“But perhaps you hate a thing and it is good for you, and perhaps you love a thing and it is bad for you. And Allah knows, while you know not”

-Q.S. Al-Baqarah:216

“Kalian boleh maju dalam Pelajaran, mungkin mencapai deretan gelar keserjanaan apa saja, tapi tanpa mencintai sastra, kalian tinggal hanya hewan yang pandai.”

-Pramoedya Ananta Toer

“Melamban bukanlah hal yang tabu, Kadang itu yang kau butuh bersandar hiburkan bebanmu, tak perlu kau berhenti kurasi, ini hanya sementara bukan ujung dari rencana”

-Perunggu

“Hari pasti berlalu”

-Penulis

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan keberkahan dan rahmat-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "**Pengaruh E-WOM terhadap Keputusan Pembelian dengan *E-Trust* sebagai Variabel Intervening**" sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, Politeknik Negeri Sriwijaya.

Skripsi ini disusun sebagai bentuk penerapan ilmu pengetahuan yang telah diperoleh selama masa perkuliahan, khususnya dalam memahami perilaku konsumen di era digital, di mana opini elektronik dan kepercayaan daring memainkan peran penting dalam proses pengambilan keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis jalur (path analysis) untuk mengetahui hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel yang diteliti.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, segala bentuk masukan dan kritik konstruktif sangat diharapkan demi penyempurnaan di masa yang akan datang. Penulis berharap hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi akademik maupun praktis, terutama dalam bidang pemasaran digital dan manajemen pariwisata, serta menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik serupa.

Palembang, Juli 2025

Penulis

Saskiana Amelia Putri

UCAPAN TERIMA KASIH

Dengan tuntasnya proposal skripsi ini tidak lepas dari dukungan, doa, serta bimbingan berbagai pihak yang telah memberikan kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung selama proses penulisan dan penelitian. Maka dari itu, penulis dengan tulus dan penuh rasa hormat mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ir. Irawan Rusnandi, MT selaku Direktur Politeknik Negeri Sriwijaya beserta jajarannya.
2. Ibu Dr. Sari Lestari Zainal Ridho, S.E., M.Ec., CHE selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya.
3. Ibu Alditia Detmuliati, S.ST., M.M.Par selaku Ketua Program Studi Usaha Perjalanan Wisata.
4. Bapak Dr. Jalaludin Sayuti, S.E., M.Hum.Res.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberi arahan dan bimbingan dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Ibu Rini, S.E., M.AB selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan ilmu dan membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Staf Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya
7. Semua rekan mahasiswa angkatan 2021 Program Studi Usaha Perjalanan Wisata, terkhusus BPA. Terima kasih untuk semua dukungan dan cinta kasih selama perkuliahan.
8. Semua nama yang penulis sitasi. Tanpa kalian, penulis ragu dan dangkal

Akhir kata penulis haturkan ribuan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi dukungan dan bimbingan kepada penulis, semoga Allah SWT senantiasa menaburkan benih kebahagiaan dan perlindungan yang melimpah.

Palembang, Juli 2025

Penulis

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *Electronic Word of Mouth* (E-WOM) terhadap keputusan pembelian pada PT. Travelogin Utama Sejahtera Terdepan dengan *Electronic Trust* (E-Trust) sebagai variabel intervening. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode analisis jalur (*path analysis*), yang memungkinkan pengujian hubungan langsung dan tidak langsung antar variabel. Pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada 96 responden yang pernah menggunakan layanan jasa Travelogin Tour and Travel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa E-WOM berpengaruh signifikan terhadap E-Trust sebesar 55,1%, namun tidak memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Sebaliknya, *E-Trust* memberi pengaruh langsung yang signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 42,9%. Melalui uji Sobel, ditemukan bahwa E-Trust mampu memediasi secara signifikan hubungan antara E-WOM terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini dapat disimpulkan bahwa E-WOM akan lebih efektif memengaruhi keputusan pembelian apabila didukung oleh tingkat kepercayaan konsumen yang tinggi terhadap penyedia jasa. Oleh karena itu, pemecahan masalah yang diusulkan adalah pentingnya membangun kepercayaan *digital* melalui penyampaian informasi yang kredibel, jujur, dan konsisten di *platform online*, sebagai strategi pemasaran *digital* yang efektif.

Kata kunci: E-WOM, E-Trust, Keputusan Pembelian, *Digital Marketing* Pariwisata.

ABSTRACT

This research aims to identify and analyze the influence of Electronic Word of Mouth (E-WOM) on purchase decisions at PT. Travelogin Utama Sejahtera Terdepan, with Electronic Trust (E-Trust) as the intervening variable. A quantitative approach was employed using path analysis to test both direct and indirect relationships between the variables. Data were collected through questionnaires distributed to 96 respondents who had previously used the services of Travelogin Tour and Travel. The results indicate that E-WOM has a significant influence on E-Trust, accounting for 55.1%, but does not have a direct significant effect on purchase decisions. In contrast, E-Trust has a direct significant effect on purchase decisions, contributing 42.9%. The Sobel test further confirmed that E-Trust significantly mediates the relationship between E-WOM and purchase decisions. It can be concluded that E-WOM becomes more effective in influencing purchase decisions when accompanied by a high level of consumer trust in the service provider. Therefore, the proposed solution is to build digital trust through the delivery of credible, honest, and consistent information across online platforms as part of an effective digital marketing strategy.

Keywords: *E-WOM, E-Trust, Purchase Decision, Digital Tourism Marketing*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
2.1 <i>Electronic Word of Mouth</i>	9
2.2 <i>E-Trust</i>	10
2.3 Keputusan Pembelian.....	10
2.4 Penelitian Terdahulu.....	11
2.5 Hubungan antar Variabel dan Hipotesis	17
2.6 Kerangka Pemikiran.....	18
BAB III METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Pendekatan Penelitian	20
3.2 Jenis Penelitian.....	20
3.3 Lokasi Penelitian.....	20

3.4 Jenis dan Sumber Data	20
3.5 Populasi dan Sampel	21
3.5.1 Populasi	21
3.5.2 Sampel	21
3.6 Metode Pengumpulan Data	23
3.7 Skala Pengukuran	23
3.8 Teknik Analisis Data	24
3.8.1 Uji Instrumen	24
3.8.2 Uji Asumsi Klasik	25
3.8.3 Uji Sobel	26
3.8.4 Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	27
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	30
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	31
4.3 Hasil Jawaban Responden terhadap Variabel	33
4.4 Hasil Uji Instrumen	39
1. Hasil dan Pembahasan Uji Validitas	39
2. Hasil dan Pembahasan Uji Reliabilitas	41
4.5 Hasil dan Pembahasan Uji Asumsi Klasik	42
1. Hasil dan Pembahasan Uji Normalitas	42
2. Hasil dan Pembahasan Uji Multikoleniaritas	43
4.6 Hasil dan Pembahasan Uji Sobel	45
4.7 Hasil dan Pembahasan Analisis Jalur (<i>Path Analysis</i>)	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
5.1 Kesimpulan	57
5.2 Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Data Pengguna Jasa.....	22
Tabel 3.2 Skala Likert yang digunakan.....	24
Tabel 3.3 Tingkat keandalan Cronbach's Alpha	25
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	31
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	32
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	32
Tabel 4.4 Berdasarkan Frekuensi Penggunaan Layanan.....	33
Tabel 4.5 Frekuensi Variabel <i>Electronic Word of Mouth</i>	34
Tabel 4.6 Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	36
Tabel 4.7 Frekuensi Variabel <i>Electronic Trust</i>	38
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	39
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	41
Tabel 4.10 Hasil Uji Normalitas dengan <i>Kolmogorov-Smirnov Test</i>	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas dengan <i>Tolerance</i> dan VIF	44
Tabel 4.12 Koefisien X terhadap M	45
Tabel 4.13 Koefisien M terhadap Y	45
Tabel 4.14 Standard Error X terhadap M.....	45
Tabel 4.15 Koefisien M terhadap Y	46
Tabel 4.16 Rekapitulasi Hipotesis.....	48
Tabel 4.17 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan I	51
Tabel 4.18 Pengaruh X secara parsial terhadap M.....	51
Tabel 4.19 Hasil Uji Koefisien Determinasi Persamaan II	52
Tabel 4.20 Pengaruh X dan M secara parsial terhadap Y	52

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kontribusi terhadap PDB	1
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	19
Gambar 4.1 Logo Perusahaan	30
Gambar 4.2 Hasil Calculate Sobel Test	46
Gambar 4.3 Diagram <i>Path Analysis</i>	53

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Pengambilan Data

Lampiran 2 Surat Izin Pengambilan Data

Lampiran 3 Surat Balasan Perusahaan

Lampiran 4 Kesepakatan Bimbingan

Lampiran 5 Rekomendasi Ujian Skripsi

Lampiran 6 Lembar Bimbingan

Lampiran 7 Lembar Revisi Ujian Skripsi

Lampiran 8 Kuesioner

Lampiran 9 Hasil Olah Data

Lampiran 10 Dokumentasi