

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Ganjil 2019/2020

## **ANALISIS PENGARUH *REPUTATION* DAN *SATISFACTION* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PADA WEBSITE TRAVELLING**

**Veronica Francisca Dewi  
1641116**

### **ABSTRAK**

Penelitian ini memiliki tujuan yaitu menganalisis pengaruh *reputation* dan *satisfaction* pada *purchase intention* pada website travelling yang digunakan oleh para konsumen, studi ini menyelidiki bagaimana variabel *reputation* dan *satisfaction* dapat membagikan dorongan untuk konsumen melaksanakan pembelian ulang disuatu web tersebut. Adapun website travelling yang diteliti adalah Traveloka, Tiket.com, Pegipegi, Booking.com dan Nusatrip.com.

Penelitian ini tergolong jenis penelitian kuantitatif yang memberikan prinsip objek secara seksama, pengumpulan data dilaksanakan dengan membagikan kuesioner pada konsumen atau pengguna yang pernah menggunakan website travelling tersebut. Perangkat SPSS *Statistic* 24.0 digunakan untuk menganalisis data demografi responden dan juga *SmartPLS* 3.0 sebagai alat bantu dalam menganalisis data umum responden. Beberapa variabel yang dipercaya memiliki dampak pada *Purchase Intention* yakni variabel *reputation*, variabel *satisfaction*, variabel *trust* dan variabel *purchase perceived risk* sebagai intervening diantara variabel tersebut. Keputusan untuk menggunakan variabel yang disebutkan sebelumnya dikarenakan penelitian sebelumnya yang memberikan gambaran umum untuk masalah yang akan dipelajari. Hasil dari penelitian ini membuktikan bahwa variabel *Reputation*, *Satisfaction* dalam situs web menjadi sebuah pembangun *Trust* dalam website travelling tersebut dan dengan adanya *Trust* dapat menjadi faktor utama dalam *Purchase Intention*.

**Kata Kunci:** *Online Travel Purchasing, Reputation, Satisfaction, Trust, Perceived Risk*