

**PENGARUH eWOM (*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*)  
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN GEN Z PADA  
PEMESANAN HOTEL DAN AKOMODASI DI APLIKASI  
TRAVELOKA**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana**

**Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Evaristus Albert Ray Wijayanta**

**200325403**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS BISNIS DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

**2024**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**PENGARUH eWOM (*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*)  
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN GEN Z PADA  
PEMESANAN HOTEL DAN AKOMODASI DI APLIKASI  
TRAVELOKA**



**Disusun Oleh:**

**Evaristus Albert Ray Wijayanta**

**200325403**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing,**

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dita', is placed below the title 'Pembimbing,'.

**Elisabet Dita Septiari, SE.,M.Sc.Ph.D.**

**14 Oktober 2024**

Skripsi  
**PENGARUH eWOM (*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*) TERHADAP  
NIAT BELI KONSUMEN GEN Z PADA PEMESANAN HOTEL DAN  
AKOMODASI DI APLIKASI TRAVELOKA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Evaristus Albert Ray Wijayanta

NPM: 200325403

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 01 November  
2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah  
satu persyaratan untuk mencapai gelar Drajat Sarjana Manajemen (S1)

Program Studi Manajemen


**SUSUNAN PANITIA PENGUJI**

Ketua Panitia Penguji

  
Elisabet Dita Septiari, SE., M.Sc., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji

  
Nadia Nila Sari, SE., MBA.

  
Drs. C. Jarot Priyogutomo, MBA.

Yogyakarta, 14 November 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Alma Jaya Yogyakarta

  
W. Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc. IB, Ph.D.

## **PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH eWOM (*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*)  
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN GEN Z PADA  
PEMESANAN HOTEL DAN AKOMODASI DI APLIKASI  
TRAVELOKA.**

Benar-benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam catatan perut dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 14 Oktober 2024

Yang menyatakan



**Evaristus Albert Ray Wijayanta**

## KATA PENGANTAR

Dengan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat dan karunia-Nya, penulis berhasil menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh eWOM (*electronic word of mouth*) Terhadap Niat Beli Gen Z Pada Pemesanan Hotel dan Akomodasi Di Aplikasi Traveloka". Penelitian ini merupakan salah satu bentuk konkrit pemenuhan syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Proses panjang yang ditempuh dalam menyelesaikan penelitian ini tentunya tidak terlepas dari peran berbagai pihak di dalamnya sehingga pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan rasa terimakasih penulis pada pihak-pihak yang telah memberi semangat, dukungan dan motivasi selama dalam mengerjakan penelitian ini. Berikut pihak-pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini:

1. Tuhan Yesus Kristus atas ketentuannya peneliti dapat menyelesaikan skripsi.
2. Elisabet Dita Septiari, SE.,M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang selama ini telah meluangkan waktu dan membimbing dengan penuh kesabaran sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
3. Kedua orang tua dan seluruh keluarga besar yang telah memberikan dukungan dan semangat.
4. Seluruh teman-teman yang telah memberi dukungan dan motivasi kepada peneliti dalam proses dan dinamika penelitian ini.

Demikian kata pengantar yang dapat penulis sampaikan kepada pihak-pihak yang turut berkontribusi dalam proses menyelesaikan penelitian ini. Peneliti juga menyadari adanya kekurangan dalam penulisan skripsi ini, sehingga peneliti sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun, semoga penelitian ini dapat berguna bagi pembaca, para

pelaku bisnis, dan juga teman-teman mahasiswa yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa.

Yogyakarta, 14 Oktober 2024

Yang menyatakan

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'EAW', written over a horizontal line.

**Evaristus Albert Ray Wijayanta**

## **MOTTO PERSEMBAHAN**

“Kalau Kamu Mau Kamu Pasti Bisa”

-Ibu April-

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

Perkembangan dunia pendidikan dan Bisnis.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	v
MOTTO PERSEMBAHAN.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
ABSTRAK.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian.....	6
1.4    Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1    Manfaat Teoritis .....	6
1.4.2    Manfaat Praktis .....	7
1.5    Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORITIS .....	9
2.1    Niat Beli .....	9
2.2    Adopsi Informasi .....	10
2.3    Kegunaan Informasi ( <i>information usefulness</i> ) .....	11
2.4    Kualitas Informasi .....	12
2.5    Kredibilitas Sumber.....	13
2.6 <i>Electronic Word of Mouth (eWOM)</i> .....	14
2.7    Penelitian Terdahulu.....	15
2.8    Kerangka Penelitian .....	27



2.9	Pengembangan Hipotesis .....	27
2.9.1	Pengaruh kualitas informasi terhadap kegunaan informasi ( <i>information usefulness</i> ).....	27
2.9.2	Pengaruh kredibilitas sumber terhadap kegunaan informasi ( <i>information usefulness</i> ). .....	28
2.9.3	Pengaruh Kegunaan Informasi ( <i>information usefulness</i> ) terhadap adopsi informasi.....	29
2.9.4	Pengaruh Adopsi Informasi Terhadap Niat Beli .....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		32
3.1	Bentuk Penelitian .....	32
3.2	Setting, Objek, dan Subjek Penelitian .....	32
3.3	Populasi Penelitian .....	34
3.4	Sampel Penelitian .....	34
3.5	Metode Pengumpulan Data .....	36
3.6	Definisi Operasional.....	36
3.7	Uji Instrumen Penelitian ( <i>pilot test</i> ) .....	51
3.7.1	Uji Validitas .....	51
3.7.2	Uji Reliabilitas .....	53
3.8	Analisis Data .....	56
3.8.1	Analisis statistik Deskriptif.....	56
3.8.2	Analisis Partial Least Square Path Modeling (PLS-SEM).....	57
3.9	Evaluasi Goodness and Fit (Outer Model ) .....	58
3.9.1	Uji Validitas .....	58
3.9.2	Validitas Konvergen.....	58
3.9.3	Validitas Diskriminan .....	59
3.9.4	Uji Reliabilitas .....	59

3.10	Evaluasi Goodness and Fit (Inner model) .....	60
3.10.1	<i>R-Square</i> .....	60
3.10.2	<i>F-Square</i> .....	60
3.10.3	<i>Q-Square</i> (prediction relevance).....	60
3.11	Uji Hipotesis.....	61
BAB IV PEMBAHASAN.....		63
4.1	Pengumpulan Data .....	63
4.2	Profil Responden .....	63
4.3	Analisis Statistik Deskriptif.....	67
4.4	Analisis SEM-PLS .....	83
4.5	<i>Evaluation Goodness and Fit (Outer Model)</i> .....	84
4.5.1	Uji Validitas Konvergen .....	84
4.5.2	Uji <i>Discriminant Validity</i> .....	88
4.5.3	Uji Reliabilitas konstruk .....	91
4.6	<i>Evaluation Goodness and Fit (Inner Model)</i> .....	93
4.6.1	Uji <i>R-square</i> .....	93
4.6.2	Uji <i>Q-Square</i> .....	94
4.6.3	Uji <i>F-Square</i> .....	95
4.7	Uji Hipotesis.....	97
4.7.1	<i>Path coefficients</i> .....	97
4.7.2	Pembahasan.....	101
BAB V PENUTUP.....		105
5.1	Kesimpulan.....	105
5.2	Implikasi Manajerial.....	107
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	110

5.4	Saran.....	111
	DAFTAR PUSTAKA .....	112
	LAMPIRAN .....	118
A.	Draft kuesioner .....	118
B.	Pertanyaan Filter.....	118
C.	Profil Responden (Pertanyaan Filter) .....	118
1	Umur.....	118
2	Jenis Kelamin .....	119
3	Penghasilan/Pendapatan .....	119
4	Pertanyaan Kuesioner .....	120
	LAMPIRAN II KUESIONER ONLINE.....	133
	LAMPIRAN III KUESIONER JURNAL UTAMA .....	144
	LAMPIRAN IV PROFIL RESPONDEN DAN JAWABAN PERTANYAAN .....	145
	LAMPIRAN V HASIL OLAH DATA PLS .....	168
	LAMPIRAN VI HASIL UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS SPSS .....	173

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 skala Likert.....	36
Tabel 3.2 Definisi Operasional .....	38
Tabel 3.3 Validitas .....	52
Tabel 3.4 Validitas .....	52
Tabel 3.5 Validitas .....	52
Tabel 3.6 Validitas .....	53
Tabel 3.7 Validitas .....	53
Tabel 3.8 Reliabilitas .....	55
Tabel 3.9 Interval Kelas .....	57
Tabel 4.1 Profil Responden.....	64
Tabel 4.2 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Informasi .....	68
Tabel 4.3 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kredibilitas Sumber.....	71
Tabel 4.4 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kegunaan Informasi (Information Usefulness).....	75
Tabel 4.5 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Adopsi Informasi .....	78

Tabel 4.6 Hasil Statistik Deskriptif Variabel Niat Beli .....	81
Tabel 4.7 Nilai Loading Faktor.....	85
Tabel 4.8 Nilai <i>Average Extracted</i> (AVE).....	87
Tabel 4.9 <i>Cross Loading</i> .....	92
Tabel 4.10 Uji Reliabilitas .....	93
Tabel 4.11 Nilai <i>R-Square</i> .....	94
Tabel 4.12 Nilai <i>Q-square</i> .....	96
Tabel 4.13 Nilai <i>f-square</i> .....	96
Tabel 4.14 <i>Path coefficients</i> .....	99

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Hotel dan Jasa Akomodasi Lainnya, 2019 – 2023 .....	2
Gambar 1.2 Persentase Usaha Akomodasi yang Menggunakan TIK, .....	3
Gambar 1.3 Aplikasi yang Paling Disukai Responden untuk Pesan Akomodasi Liburan .....	6
Gambar 2 1 Kerangka penelitian.....	27
Gambar 4.1 Struktur penelitian mula-mula.....	83
Gambar 4.2 Konstruk Bootstrapping .....	98
Gambar 4.13 1 <i>Path coefficients</i> .....	99

**PENGARUH eWOM (*ELECTRONIC WORD OF MOUTH*)  
TERHADAP NIAT BELI KONSUMEN GEN Z PADA  
PEMESANAN HOTEL DAN AKOMODASI DI APLIKASI  
TRAVELOKA.**

**Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika  
Universitas Atma Jaya Yogyakarta  
Jalan Babarsari 43-44, Yogyakarta**

**Abstrak**

Penelitian ini dilaksanakan dalam rangka untuk menguji pengaruh eWOM (electronic word of mouth) terhadap niat beli generasi Z dalam pemesanan hotel dan akomodasi pada aplikasi Traveloka. Total responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 200 responden, proses pengumpulan Pengumpulan sampel dalam penelitian ini dilaksanakan dengan menggunakan metode purposive dan Likert sebagai skala yang digunakan dalam pengumpulan data, skala ini terdiri atas 5 poin (sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju, sangat setuju). Dalam proses pengumpulan data, peneliti memanfaatkan Google Form yang kemudian kuesioner dalam bentuk G-form tersebut disebarkan ke beberapa platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Line, dan e-mail. Analisis responden, mula-mula pengujian menggunakan 30 responden untuk melihat bagaimana reliabilitas dan validitas instrument penelitian melalui aplikasi SPSS setelah dinyatakan reliabel dan valid selanjutnya pengujian dilakukan kepada 200 responden menggunakan perangkat lunak Smart Partial Least Square (SmartPLS). Setelah dilakukan proses pengujian, seluruh hipotesis terbukti telah teruji dengan baik dan menunjukkan hasil yang signifikan dan positif.

**Kata kunci:** Traveloka, e-WOM, Niat Beli, Gen Z, Hotel dan Akomodasi.