

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA LAYANAN APLIKASI
TIKET.COM
(STUDI KASUS PADA KALANGAN GEN Z DI KOTA SEMARANG)**

SKRIPSI

Memenuhi Persyaratan
Untuk Mencapai Derajat S-1
Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

FAHRI ZANUAR

NPM: 211003612012335

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

2025

**PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA LAYANAN APLIKASI
TIKET.COM
(STUDI KASUS PADA KALANGAN GEN Z DI KOTA SEMARANG)**

SKRIPSI

Memenuhi Persyaratan

Untuk Mencapai Derajat S-1

Program Studi Manajemen



Diajukan Oleh:

FAHRI ZANUAR

NPM: 211003612012335

**FAKULTAS EKONOMIKA DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SEMARANG**

2025

HALAMAN PENGESAHAN
PENGARUH CITRA MEREK, KEPERCAYAAN, DAN HARGA
TERHADAP MINAT BELI ONLINE PADA LAYANAN APLIKASI
TIKET.COM
(STUDI KASUS PADA GEN Z KOTA SEMARANG)

Dipersiapkan dan Disusun Oleh:

FAHRI ZANUAR

NPM: 211003612012335

Telah Dipertahankan di depan Dosen Penguji

Pada Tanggal September 2025

Penguji 1

Pembimbing

Dr. Drs. Frans Sudirjo., S.E., M.M.

NIDN. 0606106103

Drs. Heru Eko Prasetyo, S.E., M.M.

Penguji 2

NIDN. 0622026601

Drs. Ribut Musprihadi, S.E., M.M.

NIDN. 0601036502

Semarang,

Fakultas Ekonomika dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Semarang

Ketua Dekan Studi Manajemen

Dra. Nurchayati, SE., M.M., Ak.CA

NIDN. 0626046503

HALAMAN PERUNTUKAN MOTTO

Saya dengan penuh rasa syukur dan kebanggaan mempersembahkan skripsi ini kepada kedua orang tuaku yang kucintai, Bapak Zaedun dan Ibu Nur Faizah. Beliau memang tidak sempat merasakan pendidikan sampai bangku perkuliahan, namun beliau dapat mendidik, mendoakan, memberi semangat dan motivasi tiada henti bagi penulis. Terima kasih sebesar-besarnya atas segala bentuk bantuan, dukungan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Terima kasih atas nasihat yang selalu diberikan meski kadang pemikiran kita tidak sejalan, terima kasih atas kesabaran dan kebesaran hati menghadapi penulis yang sangat keras kepala. Bapak dan Ibu menjadi penguat dan pengingat paling hebat.

MOTTO

"Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sebelum mereka mengubah keadaan diri mereka sendiri."

(QS. Ar-Ra'd: 11)

"Jangan pernah berhenti melangkah, sebab setiap langkah kecil hari ini adalah pijakan besar untuk masa depan."

~ FAHRI ZANUAR ~

“ Selama masih hidup, kesempatan itu tidak terbatas ”

~ Monkey D. Luffy ~

Judul : Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, Dan Harga terhadap Minat Beli
Online Pada Layanan Aplikasi Tiket.com (Studi Kasus Pada Gen Z Kota
Semarang)

Judul : *The Influence of Brand Image, Trust, and Price on Online Purchase
Intention on the Tiket.com Application (A Case Study of Gen Z in Semarang City)*

Nama : Fahri Zanuvar

Npm : 211003612012335

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh citra merek, kepercayaan, dan harga terhadap minat beli online pada layanan aplikasi Tiket.com dengan fokus pada Generasi Z di Kota Semarang. Fenomena ini penting dikaji karena adanya persaingan ketat antar online travel agent (OTA) serta research gap dari studi sebelumnya. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan purposive sampling terhadap 80 responden Gen Z yang pernah bertransaksi melalui aplikasi Tiket.com. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis dengan regresi linier berganda menggunakan SPSS 25. Pengujian instrumen meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh positif signifikan terhadap minat beli online, kepercayaan berpengaruh positif namun tidak signifikan, sedangkan harga berpengaruh positif signifikan. Secara simultan, ketiga variabel memberikan kontribusi kuat terhadap peningkatan minat beli online. Kesimpulannya, citra merek, kepercayaan, dan harga merupakan faktor penting dalam memengaruhi perilaku pembelian online Gen Z pengguna Tiket.com di Kota Semarang. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi strategis bagi manajemen Tiket.com dalam merancang pemasaran serta bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan studi perilaku konsumen digital.

Kata kunci: Citra Merek, Kepercayaan, Harga, Minat Beli Online, Tiket.com.

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "**Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan, dan Harga terhadap Minat Beli Online pada Layanan Aplikasi Tiket.com (Studi Kasus pada Gen Z Kota Semarang)**". Penelitian ini disusun untuk memenuhi sebagian syarat guna menyelesaikan program sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis terlepas dari dukungan dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Dra. Nurchayati, SE., M.M., Ak.CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945, yang telah memberikan dukungan selama penulis menempuh studi.
2. Bapak Drs. Galuh Yuniarto, SE., M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen yang senantiasa memberikan dukungan, dan motivasi selama proses skripsi ini.
3. Bapak Drs. Heru Eko Prasetyo, S.E., M.M, selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, masukan skripsi ini.
4. Bapak Dr. Drs. Frans Sudirjo., S.E., M.M, selaku Penguji 1 yang telah membagikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi, sehingga menjadi bekal berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Drs. Ribut Musprihadi, S.E., M.M, selaku Penguji 2 yang telah membagikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi, sehingga menjadi bekal berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen yang telah membagikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi, sehingga menjadi bekal berharga dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Kedua orang tua dan kakak tercinta, yang dengan penuh kasih sayang, dukungan moral, dan materi selalu menjadi pilar utama dalam perjalanan saya menyelesaikan pendidikan ini. Terima kasih atas segala pengorbanan, motivasi, dan kesabaran yang tiada henti.

8. Rekan-rekan mahasiswa yang telah menjadi teman diskusi serta memberikan motivasi selama penyusunan skripsi ini.
9. Orang-orang terdekat yang selalu menghibur dan memberi semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk kesempurnaan penelitian ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang berguna dalam perkembangan ilmu pengetahuan.

Semarang, 20 September 2025

Penulis

(Fahri Zanuar)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERUNTUKAN MOTTO	4
ABSTRAK	5
KATA PENGANTAR.....	6
DAFTAR ISI	8
DAFTAR TABEL.....	10
DAFTAR GAMBAR	11
DAFTAR LAMPIRAN	12
BAB I PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Pertanyaan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	Error! Bookmark not defined.
2.1 Telaah Teori	Error! Bookmark not defined.
2.1.1 <i>Grand Theory</i>	Error! Bookmark not defined.
2.1.2 Variabel Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
2.1.3 Penelitian Terdahulu	Error! Bookmark not defined.
2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis dan Rumusan Hipotesis	Error! Bookmark not defined.
2.3.1 Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
2.3.2 Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli ...	Error! Bookmark not defined.
2.3.3 Pengaruh Harga terhadap Minat Beli	Error! Bookmark not defined.
BAB III METODE PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Populasi dan Sampel.....	Error! Bookmark not defined.

3.2	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	Error! Bookmark not defined.
3.2.1	Variabel Terkait (Variabel Dependen)	Error! Bookmark not defined.
3.2.2	Variabel bebas (Variabel Independen)	Error! Bookmark not defined.
3.3	Metode Pengumpulan Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Pengujian Instrumen Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
3.5	Teknik Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.1	Analisis Deskripsi.....	Error! Bookmark not defined.
3.5.2	Analisis Inferensial	Error! Bookmark not defined.
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		Error! Bookmark not defined.
4.1	Deskripsi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2	Analisis Hasil Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Deskriptif Variabel Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.2	Estimasi Model Regresi Linier Berganda.	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Uji Goodness of Fit.....	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	Pengujian Hipotesis.....	Error! Bookmark not defined.
4.3	Pembahasan	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Pengaruh Citra Merek terhadap Minat Beli....	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Pengaruh Kepercayaan terhadap Minat Beli ..	Error! Bookmark not defined.
4.3.3	Pengaruh Harga terhadap Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		Error! Bookmark not defined.
5.1	Simpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN.....		Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data OTA	I-3
Tabel 1. 2 Research Gap.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 1 Definisi operasional dan pengukuran variabel	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 2 Skala Likert	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan ...	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 4 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Minat Beli.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 5 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Citra Merek.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 6 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Kepercayaan	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 7 Hasil Tanggapan Responden Mengenai Variabel Harga	Error! Bookmark not defined.

Tabel 4. 8 Hasil Analisis Model Regresi Awal..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 9 Hasil Regresi Linier Berganda **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 11 Hasil Uji Multikolinieritas **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 12 Hasil Heteroskedastisitas..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 13 Hasil Uji *Casewise Diagnostics* **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 14 Hasil Model Regresi Revisi..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 15 Hasil Regresi Linier Berganda **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 16 Hasil Uji Normalitas..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 17 Hasil Uji Multikolinieritas..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 18 Hasil Heteroskedastisitas..... **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 19 Hasil Koefisien Determinan R^2 **Error! Bookmark not defined.**

Tabel 4. 20 Hasil Uji Statistik Uji T **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1: Kerangka Pemikiran Teoritis..... **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Data Primer.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 2: Uji Validitas	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 3: Uji Reliabilitas.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 4 Estimasi Model Regresi Awal.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5: Model Regresi Revisi	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6: Tabel r Produk Moment.....	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 7: Kuisisioner	Error! Bookmark not defined.