

PENGARUH *ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-WOM)* DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN YANG DI MEDIASI
OLEH MINAT BELI

(Studi Kasus Pada Pembelian Tiket Wisata Oleh Wisatawan pengguna aplikasi
Tiket.com yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta)

Kafa Bihi Rosyid Al Hikam
NIM 141180107
E-mail: 141180107@student.upnyk.ac.id
Pembimbing 1 :
Dr. Dyah Sugandini, M.Si.
Pembimbing 2 :
Dra,Sri Kussujaniatun,M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang pengaruh *electronic word of mouth*, *E-Service Quality* terhadap keputusan pembelian. Data diambil dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan jumlah responden sebanyak 170 wisatawan yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta dan pernah melakukan pembelian di aplikasi Tiket.com . Pengumpulan data primer dilakukan dengan kuesioner yang disusun menggunakan skala likert dan kemudian di olah menggunakan analisis *SEM (Structural Equation Modelling)*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket wisata pada Wisatawan pengguna aplikasi Tiket.com yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta , *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada Wisatawan pengguna aplikasi Tiket.com yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta, *electronic word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket wisata melalui minat beli pada Wisatawan pengguna aplikasi Tiket.com yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta dan *E-Service Quality* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian tiket wisata melalui minat beli pada Wisatawan pengguna aplikasi Tiket.com yang berdomisili di Daerah Istimewa Yogyakarta,

Kata Kunci : *Electronic Word of Mouth*, *E-service Quality*, Minat Beli dan Keputusan Pembelian