

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KUALITAS SISTEM, DAN  
E-SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA  
PENGGUNA APLIKASI TIKET.COM DENGAN  
MENGUNAKAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**



Diajukan Untuk Melengkapi Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Manajemen

**Oleh:**

**ANDINI DWIJAYANTI**

**NIM: 1910312320021**

**PROGRAM STUDI: MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
BANJARMASIN**

**2024**

**LEMBAR LEGALITAS**

**PENGARUH KUALITAS INFORMASI, KUALITAS SISTEM, DAN  
E-SERVICE QUALITY TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA  
PENGGUNA APLIKASI TIKET.COM DENGAN  
MENGUNAKAN KEPUASAN KONSUMEN  
SEBAGAI VARIABEL MEDIASI**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**ANDINI DWIJAYANTI**

**1910312320021**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal 19 Juni 2024

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima

Pembimbing



**Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM**

**NIP. 19670909 199303 1 001**

Penguji I



**Dr. Nuril Huda, SE, MM**  
**NIP. 19780705 200312 1 002**

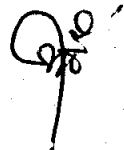
Penguji II



**Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM**  
**NIP. 19720909 199903 2 001**

Mengetahui

Koordinator Program Studi Manajemen



**Abdul Hadi, SE, M.Si**

**NIP. 19700707 200501 1 001**

**LEMBAR PENGESAHAN**  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**BANJARMASIN**

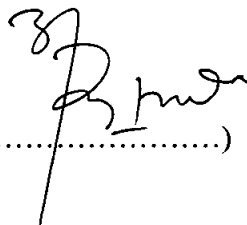
Nama : Andini Dwijayanti  
NIM : 1910312320021  
Jurusan : S1 Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi tiket.com Dengan Menggunakan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi  
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran  
Ujian Dilaksanakan : 19 Juni 2024

**TIM PENGUJI**

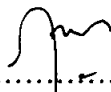
Pembimbing : Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM

  
(.....)

Penguji I : Dr. Nuril Huda, SE, MM

  
(.....)

Penguji II : Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM

  
(.....)

## BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI

Berdasarkan hasil ujian skripsi yang telah dilaksanakan oleh mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat:

Nama : Andini Dwijayanti  
NIM : 1910312320021  
Program Studi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, *E-Service Quality* Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi tiket.com Dengan Menggunakan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi

Hari, Tanggal Ujian : Rabu, 19 Juni 2024

Waktu Ujian : 14.00 s/d Selesai

Tempat : Ruang Sidang 1 Gedung PG

Disetujui oleh Dosen Pembimbing.

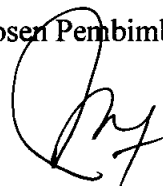
Demikian berita acara perbaikan skripsi yang telah mendapatkan persetujuan.

Mahasiswa



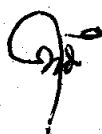
**Andini Dwijayanti**  
NIM. 1910312320021

Dosen Pembimbing



**Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM**  
NIP. 19670909 199303 1 001

Mengetahui  
Koordinator Program Studi Manajemen



**Abdul Hadi, SE. M.Si**  
NIP. 19700707 200501 1 001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang telah saya lakukan. Segala kutipan dan bantuan dari berbagai sumber telah diungkapkan sebagaimana mestinya. Skripsi ini belum pernah dipublikasikan untuk keperluan lain oleh siapapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata pernyataan saya ini tidak benar, maka saya bersedia menerima akibat hukum dari ketidak benaran pernyataan tersebut.

Banjarmasin, Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



**Andini Dwijayanti**  
**1910312320021**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah serta puji syukur saya panjatkan kehadiran Allah SWT atau segala limpahan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “ Pengaruh Kualitas Infromasi, Kualitas Sistem, dan E-Service Quality Dalam Meningkatkan Minat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi tiket.com Dengan Menggunakan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi”. Skripsi ini ditulis untuk melengkapi persyaratan dalam memperoleh Gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.

Tidak lupa pula penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan untuk menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Yunani, SE, M.Si, Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
3. Bapak Abdul Hadi, SE, M.Si selaku Koordinator Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Dr. H. M. Riza Firdaus, SE, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk melakukan konsultasi dan terimakasih atas ide pemikiran, saran, serta solusi dari permasalahan yang dihadapi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Nuril Huda, SE, MM selaku Dosen Penguji I dan Ibu Dr. Siti Aliyati Al Bushairi, SE, MM selaku Dosen Penguji II yang bersedia meluangkan waktu, membimbing, mengoreksi, dan memberikan masukan yang lebih baik untuk penulis.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Pengajar di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lambung Mangkurat yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan ilmu yang bermanfaat untuk penulis.
7. Kepada seluruh Keluarga Besar saya yang telah memberikan doa, dukungan, serta semangat yang tiada henti selama menjalani pendidikan dan penyusunan skripsi ini.
8. Kepada teman-teman seperjuangan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Angkatan 2019 Universitas Lambung Mangkurat.
9. Kepada *partner* penulis, Lukman Aji Patrio, yang telah membantu, memberikan semangat, menjadi pendengar yang baik, menghibur penulis serta menemani penulis hingga menyelesaikan skripsi ini, terimakasih untuk segala hal baik yang telah diberikan dan selalu mendukung semua yang penulis lakukan.
10. Teman dekat penulis terutama Annisa Defania, Bunga Rizky Amalia, dan Nadya Rahmah, yang telah membantu dan memotivasi penulis baik dalam menyelesaikan skripsi maupun dalam masa perkuliahan.
11. Rekan-rekan seperjuangan lainnya yang selama berproses dibangku perkuliahan di Universitas Lambung Mangkurat yang telah memberikan banyak kenangan serta bersama-sama berjuang untuk masa depan.
12. Seluruh responden dan semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan skripsi ini.

Semoga berkat dukungan, bantuan, dan doa yang diberikan kepada penulis mendapat balasan dari Allah SWT. Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Oleh karena itu, saran dan masukan dari pembaca sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Banjarmasin, Juni 2024

Penulis,

Andini Dwijayanti

1910312320021

## ABSTRACT

Andini Dwijayanti (2024). *The Influence of Information Quality, System Quality, and E Service Quality on Repurchase Intention among Tiket.com Application Users Using Consumer Satisfaction as a Mediating Variable.*

Advisor: Riza Firdaus.

*This research aims to (1) The influence of information quality on consumer satisfaction, (2) The influence of information quality on repurchase intention, (3) The influence of system quality on consumer satisfaction, (4) The influence of e-service quality on consumer satisfaction, (5) The Influence of E-Service Quality on Repurchase Intention, (6) The Influence of Consumer Satisfaction on Repurchase Intention, (7) The Influence of Information Quality on Repurchase Intention using Consumer Satisfaction as a mediating variable, (8) The Influence of System Quality on Repurchase Intention using Satisfaction Consumers as a mediating variable, (9) The influence of E-Service Quality on Repurchase Intention using Consumer Satisfaction as a mediating variable.*

*This research uses quantitative research. The population used in this research are consumers who have used/purchased a service or service on the tiket.com application at least once in South Kalimantan. The number of samples in the study was 110 respondents with data collection using purposive sampling techniques. The analysis technique used in this research uses a Structural Equation Model (SEM) approach based on Partial Least Square (PLS) version 3.29.*

*The results of this research indicate that (1) Information Quality has no significant effect on Consumer Satisfaction, (2) Information Quality has a significant effect on Purchase Intention, (3) System Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction, (4) E-Service Quality has a significant effect on Satisfaction Consumers, (5) E-Service Quality has no significant effect on Purchase Intention, (6) Consumer Satisfaction has a significant influence on Purchase Intention, (7) Information Quality has no significant influence on Repurchase Intention through the mediation of Consumer Satisfaction, (8) System Quality has an influence significant effect on Repurchase Intention through the mediation of Consumer Satisfaction, (9) E-Service Quality has a significant effect on Repurchase Intention through the mediation of Consumer Satisfaction.*

***Keywords: Information Quality, System Quality, E-Service Quality, Consumer Satisfaction, Repurchase Intention.***

## ABSTRAKSI

Andini Dwijayanti (2024). Pengaruh Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, dan E Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang Pada Pengguna Aplikasi Tiket.com Dengan Menggunakan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Mediasi.

Pembimbing: Riza Firdaus.

Penelitian ini memiliki tujuan (1) Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Minat Beli Ulang, (3) Pengaruh Kualitas Sistem terhadap Kepuasan Konsumen, (4) Pengaruh E-Service Quality terhadap Kepuasan Konsumen, (5) Pengaruh E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang, (6) Pengaruh Kepuasan Konsumen terhadap Minat Beli Ulang, (7) Pengaruh Kualitas Informasi terhadap Minat Beli Ulang menggunakan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi, (8) Pengaruh Kualitas Sistem terhadap Minat Beli Ulang menggunakan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi, (9) Pengaruh E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang menggunakan Kepuasan Konsumen sebagai variabel mediasi.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan/membeli sebuah jasa atau pelayanan pada aplikasi tiket.com minimal 1 kali di Kalimantan Selatan. Jumlah sampel pada penelitian sebanyak 110 responden dengan pengumpulan data melalui teknik *purposive sampling*. Teknik analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan pendekatan *Structural Equation Model (SEM)* berbasis *Partial Least Square (PLS)* versi 3.29.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Kualitas Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (2) Kualitas Informasi berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, (3) Kualitas Sistem berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (4) E-Service Quality berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, (5) E-Service Quality tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, (6) Kepuasan Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli, (7) Kualitas Informasi tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang melalui mediasi Kepuasan Konsumen, (8) Kualitas Sistem berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang melalui mediasi Kepuasan Konsumen, (9) *E-Service Quality* berpengaruh signifikan terhadap Minat Beli Ulang melalui mediasi Kepuasan Konsumen.

**Kata Kunci: Kualitas Informasi, Kualitas Sistem, E-Service Quality, Kepuasan Konsumen, Minat Beli Ulang.**

## DAFTAR ISI

LEMBAR LEGALITAS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
BERITA ACARA PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
ABSTRACT.....	ix
ABSTRAKSI .....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.5 Sistematika Penulisan .....	11
BAB II KAJIAN PUSTAKA .....	13
2.1 Landasan Teori.....	13
2.1.1 Kualitas Informasi.....	13
2.1.2 Kualitas Sistem .....	14
2.1.3 E-Service Quality .....	17
2.1.4 Kepuasan Konsumen.....	18
2.1.5 Minat Beli Ulang.....	20
2.2 Hasil Penelitian Sebelumnya.....	23
BAB III KERANGKA KONSEPTUAL DAN HIPOTESIS PENELITIAN.....	28
3.1 Kerangka Konseptual Penelitian .....	28
3.2 Hipotesis.....	29
3.2.1 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Kepuasan Konsumen.....	29
3.2.2 Pengaruh Kualitas Informasi Terhadap Minat Beli Ulang.....	30
3.2.3 Pengaruh Kualitas Sistem Terhadap Kepuasan Konsumen .....	31
3.2.4 Pengaruh E-Service Quality Terhadap Kepuasan Konsumen.....	33
3.2.5 Pengaruh E-Service Quality Terhadap Minat Beli Ulang.....	34
3.2.6 Pengaruh Kepuasan Konsumen Terhadap Minat Beli Ulang .....	35
BAB IV METODE PENELITIAN .....	39
4.1 Ruang Lingkup Penelitian.....	39
4.2 Jenis Penelitian.....	39
4.3 Tempat/Lokasi Penelitian .....	39
4.4 Unit Analisis .....	40
4.5 Populasi dan Sampel .....	40
4.5.1 Populasi .....	40
4.5.2 Sampel.....	40
4.6 Variabel dan Definisi Operasional Variabel .....	41

4.6.1 Variabel Independen (Variabel Bebas) .....	41
4.6.2 Variabel Mediasi (Variabel Penghubung).....	42
4.6.3 Variabel Dependen (Variabel Terikat).....	42
4.6.4 Definisi Operasional Variabel .....	42
4.7 Teknik Pengumpulan Data .....	43
4.7.1 Kuesioner .....	44
4.7.2 Pengukuran Variabel.....	44
4.8 Teknik Analisis Data.....	45
4.8.1 Statistik Deskriptif .....	46
4.8.2 Uji Outlier .....	47
4.8.3 Uji Model Pengukuran atau <i>Outer Model</i> .....	48
4.8.4 Uji Model Struktual atau <i>Inner Model</i> .....	50
4.8.5 Uji Hipotesis .....	51
4.8.6 Analisis SEM dengan efek mediasi.....	52
<b>BAB V HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS.....</b>	<b>53</b>
5.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	53
5.2 Karakteristik Responden .....	54
5.2.1 Jenis Kelamin .....	54
5.2.2 Usia .....	55
5.2.3 Domisili.....	56
5.3 Deskripsi Statistik Variabel Penelitian.....	56
5.3.1 Variabel Kualitas Informasi (X1).....	58
5.3.2 Variabel Kualitas Sistem (X2) .....	59
5.3.3 Variabel E-Service Quality (X3).....	60
5.3.4 Variabel Kepuasan Konsumen (Z).....	61
5.3.5 Variabel Minat Beli Ulang (Y) .....	62
5.4 Evaluasi Model Pengukuran ( <i>Outer Model</i> ) .....	63
5.4.1 Uji Validitas Konvergen ( <i>Convergent Validity</i> ) .....	63
5.4.2 Average Variance Konvergen (AVE) .....	64
5.4.3 Uji Validitas Diskriminan ( <i>Discriminant Validity</i> ).....	65
5.4.4 Uji Reliabilitas ( <i>Composite Reliability</i> ).....	66
5.5 Evaluasi Model Struktual ( <i>Inner Model</i> ) .....	67
5.5.1 <i>R-Square</i> ( $R^2$ ) .....	67
5.5.2 <i>F-Square</i> ( $F^2$ ) .....	68
5.5.4 Pengujian Hipotesis ( <i>Bootstrapping</i> ) .....	70
5.5.5 Pengujian Mediasi ( Uji Pengaruh Tidak Langsung).....	74
5.5.6 Pembahasan Hasil Penelitian .....	76
5.6 Implikasi Hasil Penelitian .....	89
5.6.1 Implikasi Teoritis .....	89
5.6.2 Implikasi Praktis .....	89
5.7 Keterbatasan Penelitian dan Rekomendasi Penelitian Selanjutnya .....	90
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>92</b>
6.1 Kesimpulan .....	92
6.2 Saran.....	93
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>95</b>
<b>KUESIONER PENELITIAN .....</b>	<b>102</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Keluhan-keluhan Pada Pengguna Aplikasi tiket.com Tahun 2022.....	4
Tabel 2.1 Perbandingan variabel Penelitian ini dengan penelitian terdahulu .....	23
Tabel 4.1 Definisi Operasional Variabel.....	42
Tabel 4.2 Skala Pengukuran.....	45
Tabel 4.3 Interval Skala Likert.....	46
Tabel 4.4 Tingkat Reliabilitas .....	50
Tabel 5.1 Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	55
Tabel 5.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	55
Tabel 5.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili .....	56
Tabel 5.4 Kriteria Tiga Kotak (Three-box Method) .....	58
Tabel 5.5 Jawaban responden terhadap variabel Kualitas Informasi .....	58
Tabel 5.6 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Sistem (X2) .....	59
Tabel 5.7 Jawaban Responden Terhadap Variabel E-Service Quality (X3).....	60
Tabel 5.8 Jawaban Responden Terhadap Variabel Kepuasan Konsumen (Z) .....	61
Tabel 5.9 Jawaban Responden Terhadap Variabel Minat Beli Ulang (Y).....	62
Tabel 5.10 Outer Loading Setiap Item dari Indikator .....	64
Tabel 5.11 Nilai Average Variance Konvergen (AVE).....	65
Tabel 5.12 Nilai Cross Loading .....	66
Tabel 5.13 Hasil Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	67
Tabel 5.14 Nilai R-Square.....	68
Tabel 5.15 Nilai F-Square .....	69
Tabel 5.16 Hasil Output Path Coefficients .....	71
Tabel 5.17 Specific Indirect Effects.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Contoh Keluhan Pada Aplikasi tiket.com .....	5
Gambar 3.1 Kerangka Konseptual .....	28
Gambar 5.1 Hasil Pengukuran Bootstrapping.....	70

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	102
Lampiran 2 Statistik Deskripsi Variabel Penelitian.....	113
Lampiran 3 Outer Loading.....	114
Lampiran 4 Nilai Ave (Average Variance Extracted).....	115
Lampiran 5 Nilai Cross Loading.....	116
Lampiran 6 Nilai Composite Reliability Dan Cronbach's Alpha.....	117
Lampiran 7 Nilai R Square.....	117
Lampiran 8 Nilai F Square.....	118
Lampiran 9 Nilai Path Coefficient.....	118
Lampiran 10 Nilai Uji Mediasi.....	119
Lampiran 11 Grafik Model Penelitian.....	120