

SKRIPSI TERAPAN



PENGARUH *TRUST, LIFESTYLE, PRICE* DAN *E-WOM* TERHADAP MINAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA TITIP UNTUK MEMBELI TIKET KONSER

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Disusun Oleh:

Tarisa Ramadian

NIM. 2004421044

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2024**

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

SKRIPSI TERAPAN



PENGARUH *TRUST, LIFESTYLE, PRICE* DAN *E-WOM* TERHADAP MINAT KONSUMEN DALAM MENGGUNAKAN JASA TITIP UNTUK MEMBELI TIKET KONSER

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan
pada Program Studi Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik
Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Disusun Oleh:

Tarisa Ramadian

NIM. 2004421044

**PROGRAM STUDI KEUANGAN DAN PERBANKAN
PROGRAM SARJANA TERAPAN
JURUSAN AKUNTANSI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
2024**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tarisa Ramadian

NIM : 2004421044

Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan

Jurusan : Akuntansi

Menyatakan bahwa yang dituliskan di dalam Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri bukan jiplakan (plagiasi) karya orang lain baik sebagian atau seluruhnya.

Pendapat, gagasan, atau temuan orang lain yang terdapat di dalam Laporan Tugas akhir telah saya kutip dan saya rujuk sesuai dengan etika ilmiah. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Depok, 25 Juli 2024



Tarisa Ramadian

NIM. 2004421044



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Tarisa Ramadian
NIM : 2004421044
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
Judul Skripsi : “Pengaruh *Trust, Lifestyle, Price* dan *e-WOM* Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Titip Untuk Membeli Tiket Konser”

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta.

DEWAN PENGUJI

Ketua Penguji : Rahmanita Vidyasari, S.T., M.T. ()
Anggota Penguji : Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si. ()

DISAHKAN OLEH KETUA JURUSAN AKUNTANSI

Ditetapkan di : Depok
Tanggal : 25 Juli 2024





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : Tarisa Ramadian
NIM : 2004421044
Jurusan / Program Studi : Akuntansi / D4 Keuangan dan Perbankan
Judul Skripsi : Pengaruh *Trust, Lifestyle, Price* dan *e-WOM*
Terhadap Minat Konsumen Dalam
Menggunakan Jasa Titip Untuk Membeli Tiket
Konser

Disetujui oleh Pembimbing :

Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si.

NIP. 196211161992032001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Diketahui Oleh

KPS Program Studi

Heri Abrianto, S.E., M.M.

NIP. 196510051997021001



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritis atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademis Politeknik Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Tarisa Ramadian
NIM : 2004421044
Program Studi : D4 Keuangan dan Perbankan
Jurusan : Akuntansi
Jenis Karya : Skripsi Terapan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Politeknik Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

”Pengaruh *Trust, Lifestyle, Price* dan *e-WOM* Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Titip Untuk Membeli Tiket Konser”

Dengan hak bebas royalti non eksklusif ini Politeknik Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia atau mengformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Depok

Pada Tanggal : 25 Juli 2024

Yang menyatakan

(Tarisa Ramadian)



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga semua hambatan dan kesulitan yang penulis hadapi selama masa perkuliahan ini dapat terlewati dengan baik. Serta penulis bersyukur karena dapat menyajikan skripsi dengan judul “Pengaruh *Trust, Lifestyle, Price* dan *e-WOM* Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Titip Untuk Membeli Tiket Konser” dengan baik dan berjalan lancar.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Jurusan Akuntansi Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan. Dalam penyusunan skripsi ini juga sebagai bentuk gambaran penerapan ilmu yang penulis dapatkan selama masa perkuliahan. Dalam penyusunan skripsi ini tentunya terdapat orang-orang dibalikny yang memberikan dukungan, bantuan, dorongan, serta doa. Oleh karena itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Sabar Warsini, S.E., M.M., selaku Ketua Jurusan Akuntansi.
3. Bapak Heri Abrianto, S.E.,M.M., selaku Kepala Program Studi D4 Keuangan dan Perbankan.
4. Ibu Dr. Tetty Rimenda, S.E., M.Si. selaku Pembimbing yang selalu membimbing, mengarahkan, serta memberikan waktu, dan motivasi selama proses pembuatan skripsi ini.
5. Yang teristimewa, orang tua saya almarhumah mama yang memperjuangkan penulis agar merasakan bangku perkuliahan, memotivasi, mendukung dan mendoakan penulis. Serta papa yang senantiasa mendoakan dan mendukung penulis.
6. Teruntuk keluarga terutama Nenek, Kak Dessy, Fira, Putri dan Kak Sukma yang selalu membantu memberikan bantuan, semangat, doa, dukungan baik secara moril maupun materil sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan ini dengan baik.
7. Teman-teman yang layaknya keluarga, Shakila, Endah, Libbie, Farras, Wina, Tiffani, Devita, Devi, teman seperjuangan yang tidak lelah untuk memberikan afirmasi, bantuan, dukungan kepada penulis sehingga dapat *survive* di

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

perkuliahan, menjadi pendengar dan memberi ruang untuk berkeluh kesah hingga akhir. Rasanya seribu ucapan terima kasih pun tidak akan cukup untuk mengungkapkan rasa terima kasih penulis terhadap kalian. Namun, sekali lagi terima kasih.

8. Kepada yang tidak bisa disebutkan disini, MK, HC, CL, JS, RJ, JN dan JM yang selalu memberikan semangat, tawa, hiburan dan afirmasi kepada penulis.
9. Untuk teman-teman kelas BKT 8A seperjuangan yang senantiasa kebersamai dalam berbagai hal selama perkuliahan.
10. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namun tidak mengurangi rasa terimakasih yang telah memberikan motivasi, dukungan, nasihat, kritik dan saran bagi penulis.

Akhir kata, penulis sadar bahwa penulisan skripsi ini tentu terdapat kekurangan. Sehingga penulis berharap adanya saran atau kritik yang membangun, dan penulis juga berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat.

Depok, 25 Juli 2024

Penulis,

**POLITEKN
NEGERI
JAKARTA**

Tarisa Ramadian
NIM. 2004421044



Tarisa Ramadian
Keuangan dan Perbankan Terapan

Pengaruh *Trust, Lifestyle, Price* dan *e-WOM* Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Titip Untuk Membeli Tiket Konser”

ABSTRAK

Fenomena yang terjadi saat ini, yaitu terdapat perubahan dalam pembelian tiket. Yang semula tiket dibeli secara langsung, saat ini melalui online. Bahkan dapat meminta bantuan orang untuk membeli tiket darimana saja dan kapan saja. Hal ini menjadi peluang usaha baru yaitu jasa titip atau jastip untuk membantu pembelian tiket konser. Namun semakin berkembangnya bisnis jastip, semakin banyak juga masalah yang terjadi yang menjadi pertimbangan konsumen untuk membeli tiket konser. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah faktor *Trust, Lifestyle, Price* dan *e-WOM* yang mempengaruhi minat konsumen untuk membeli tiket konser. Pada penelitian ini menggunakan data primer dengan kuisioner dan memperoleh 100 responden. Dengan kriteria berusia 16-44 tahun dan pernah menggunakan jastip dalam pembelian tiket konser. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi. Diperoleh hasil bahwa *Trust* dan *Price* berpengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan jastip. Sedangkan *Lifestyle* dan *e-WOM* tidak memiliki pengaruh secara parsial terhadap minat menggunakan jastip untuk membeli tiket konser. Sedangkan *Trust, Lifestyle, Price* dan *e-WOM* berpengaruh secara simultan terhadap minat konsumen menggunakan jastip untuk membeli tiket konser. Hasil penelitian ini didominasi oleh konsumen 17-25 tahun yang merupakan gen Z. Gen Z merupakan generasi yang cenderung terbuka mengenai informasi yang ada dan suka menghabiskan uangnya pada hal yang membuatnya senang.

Kata kunci: Jasa titip, tiket konser, minat beli, minat menggunakan, *ticket war*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Tarisa Ramadian
Keuangan dan Perbankan Terapan

Factor That Influencing Consumers' Interest in Using Personal Shopping Services to Buy Concert Ticket

ABSTRACT

The current phenomenon is that there is a change in ticket purchases. What was originally tickets purchased directly, is now online. You can even ask for help from people to buy tickets from anywhere and anytime. This is a new business opportunity, namely a titip service or jastip to help buy concert tickets. However, the more the jastip business grows, the more problems occur that consumers consider when buying concert tickets. The purpose of this study is to determine whether Trust, Lifestyle, Price and e-WOM factors influence consumer interest in buying concert tickets. This study used primary data with a questionnaire and obtained 100 respondents. With the criteria of being 16-44 years old and having used jastip in purchasing concert tickets. Data analysis in this study used regression analysis. The results showed that Trust and Price had a partial effect on the interest in using jastip. While Lifestyle and e-WOM did not have a partial effect on the interest in using jastip to buy concert tickets. Then Trust, Lifestyle, Price and e-WOM had a simultaneous effect on consumer interest in using jastip to buy concert tickets. The results of this study are dominated by consumers aged 17-25 years who are Gen Z. Gen Z is a generation that tends to be open about existing information and likes to spend their money on things that make them happy.

Keywords: *Ticket concert, entrusted service, intention to buy, interest to use, ticket war.*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
KATA PENGANTAR.....	iii
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	9
1.4 Tujuan Penelitian	10
1.5 Manfaat Penelitian	10
1.6 Sistematika Penulisan	10
BAB II.....	12
2.1 Landasan Teori	12
2.1.1 <i>Trust Building Model (TBM)</i>	12
2.1.2 Perilaku konsumen (consumptive behaviour model)	14
2.1.3 Marketing Mix.....	16
2.1.5 <i>Electronic Word of Mouth</i>	17
2.1.6 Minat menggunakan	19
2.1.7 Jasa Titip.....	19
2.1.8 <i>Ticket War</i>	20
2.2 Penelitian Terdahulu.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	24
2.4 Pengembangan Hipotesis	24

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB III	28
3.1 Jenis Penelitian	28
3.2 Objek Penelitian	28
3.3 Metode Pengumpulan Data	28
3.4 Sumber Data Penelitian	29
3.5 Metode Data Penelitian	30
3.6 Variabel Operasional	30
3.7 Teknik Analisis Data.....	32
3.7.1 Uji Instrumen Data	32
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	33
3.7.3 Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.7.4 Uji Hipotesis.....	34
BAB IV	36
4.1 Hasil Penelitian	36
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	36
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	37
4.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan	38
4.1.4 Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	39
4.2 Hasil Uji Instrumen.....	40
4.2.1 Hasil Uji Validitas	40
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
4.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	42
4.3.1 Hasil Uji Normalitas	42
4.3.2 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
4.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	43
4.4 Hasil Regresi Linear Berganda	45
4.5 Hasil Uji Hipotesis	46
4.5.1 Hasil Uji T (Parsial)	46
4.5.2 Hasil Uji F (Simultan).....	48
4.5.3 Hasil Koefisien Determinasi	49
4.6 Pembahasan.....	49
4.6.1 <i>Trust</i> berpengaruh terhadap minat menggunakan jastip	49



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4.6.2	<i>Lifestyle</i> tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan jastip .	50
4.6.3	<i>Price</i> berpengaruh terhadap minat menggunakan jastip	51
4.6.4	<i>E-WOM</i> tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan jastip .	52
4.6.5	<i>Trust, lifestyle, price</i> dan <i>e-wom</i> berpengaruh terhadap minat menggunakan jastip.....	52
BAB V	54
5.1	Kesimpulan	54
5.2	Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA	56





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data penonton konser musik di Jakarta 2023	8
Tabel 3. 1 Skor Skala Likert.....	30
Tabel 3. 2 Variabel Operasional	31
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	40
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas	41





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Postingan mengenai Jastip	2
Gambar 1. 2 Tampilan G-form.....	3
Gambar 1. 3 Kelompok Usia konsumen konser tahun 2021-2023	4
Gambar 1. 4 Sensus Penduduk Indonesia Per-2023.....	5
Gambar 2. 1 Kerangka Landasan Teori.....	12
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 4. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	36
Gambar 4. 2 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	37
Gambar 4. 3 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Riwayat Pendidikan	38
Gambar 4. 4 Persentase Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	39
Gambar 4. 5 Hasil Uji One-Sample Kolmogrov-Smirnov.....	42
Gambar 4. 6 Hasil Uji Multikolinearitas.....	43
Gambar 4. 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Gambar 4. 8 Hasil Uji Heteroskedastisitas	44
Gambar 4. 9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	45
Gambar 4. 10 Hasil Uji T (Parsial)	46
Gambar 4. 11 Hasil Uji F (Simultan).....	48
Gambar 4. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	49

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian	63
Lampiran 2 Distribusi Kuisisioner.....	67
Lampiran 3 Penelitian Terdahulu	71
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas.....	75
Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas	77
Lampiran 6 Heteroskidastisitas :.....	78
Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas.....	79
Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	80
Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi	80
Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis T Parsial	81
Lampiran 11 Hasil Uji F Simultan	81
Lampiran 12 Hasil Koefisien Determinasi.....	81



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Fenomena yang terjadi saat ini yaitu terjadi perubahan dalam pembelian tiket konser. Tiket yang semula dapat dibeli secara langsung pada tempat diadakannya konser, kemudian dapat dibeli melalui web yang disediakan atau dibeli pada aplikasi yang bekerja sama dengan penyelenggara konser. Hal ini tentunya memudahkan bagi para penikmat konser, mereka dapat membeli tiket konser tersebut dimana saja dan oleh siapa saja.

Perkembangan selanjutnya orang dapat membeli tiket melalui jastip. Jasa Titip merupakan profesi seseorang yang memberikan jasa membantu orang lain untuk belanja dengan disesuaikan pada kebutuhan seseorang tersebut (Hanafiah et al., 2019). Jasa titip mulanya berawal dari jasa titip barang luar negeri yang tidak ada di Indonesia, kemudian meluas ke jastip dalam negeri. Sehingga bisnis jastip luar negeri ini meluas termasuk membeli barang dari berbagai kota di Indonesia (Kusumastuti, 2020).

Jastip juga dapat dipakai untuk membeli tiket konser. Contohnya Allo Bank yang menyelenggarakan *event* konser internasional pertama per-tahun 2022. *Event* tersebut mendatangkan banyak artis ternama dalam dan luar negeri. Tidak sedikit orang yang tidak mendapatkan tiket padahal baru dibuka penjualannya. Kondisi ini menyebabkan jastip semakin dibutuhkan.

Umumnya, tiket yang ditawarkan terbatas berbanding dengan banyaknya peminat. Ada kalanya tiket terjual dalam waktu sekejap sehingga menyebabkan banyak penonton yang tidak memperoleh tiket. Hal ini dikenal dengan sebutan *ticket war*. *Ticket war* merupakan istilah yang digunakan ketika banyak orang mencari dan membeli tiket yang sama secara terhubung jaringan pada waktu yang bersamaan (Askar & Anshari, 2023). *Ticket war* ini umumnya dilaksanakan dengan memanfaatkan komputer pribadi atau telepon genggam yang terhubung jaringan, berkompetisi dengan jangka waktu, jari tangan, kecepatan dan koneksi jaringan

Jasa titip (jastip) tiket konser menjadi salah satu usaha yang menghasilkan keuntungan. Usaha jastip ini bermunculan karena potensi pasar yang besar dan

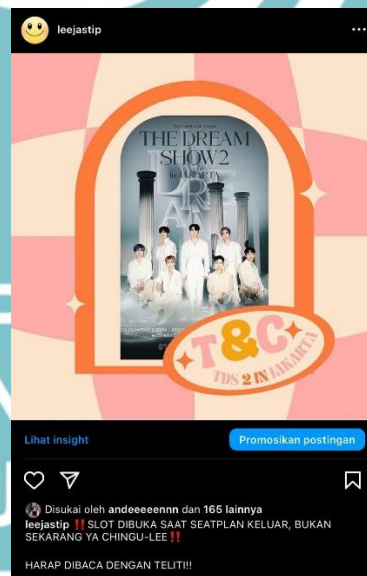


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

banyaknya orang yang ingin membeli tapi tak bisa berebut atau *ticket war*. Perbedaan antara calo dengan jasa titip yaitu jasa titip merupakan salah satu layanan secara tidak resmi untuk memperoleh suatu barang, tetapi melalui perantara. Jasa tersebut dipandang menghemat waktu, energi, ideal. Jasa titip dianggap lebih jelas pada prosedurnya, berbeda dengan calo, jasa titip menggunakan biaya yang relatif wajar (Silaban, 2014). Mekanisme jastip ini yaitu dengan memesan banyak tiket sekaligus untuk diberikan kepada para pelanggan yang sudah memesan sebelumnya dengan harga sesuai yang dicantumkan oleh penyelenggara konser tersebut namun dikenakan *fee* sebagai harga jasa untuk pelaku jastip dalam mendapatkan tiket tersebut. Seorang jastip memiliki tanggung jawab kepada konsumen yang telah melakukan jasa titip pada mereka, jasa titip harus melakukan verifikasi data yang sesuai, tiket yang sesuai, hingga konsumen memasuki area konser untuk menyaksikan konser tersebut.



Gambar 1. 1 Postingan mengenai Jastip
Sumber: Instagram @leejastip

Jastip ini umumnya bekerja dibalik sosial media. Melalui akunnya, jastip mengunggah informasi-informasi mengenai harga tiket, kategori tiket, *fee* jastip, hingga sistem pembayaran yang tersedia, serta link pendaftaran, dimana pelanggan mengisi melalui Google Form yang berisi mulai dari identitas pengunjung, kategori tiket yang diinginkan, serta bukti transfer.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

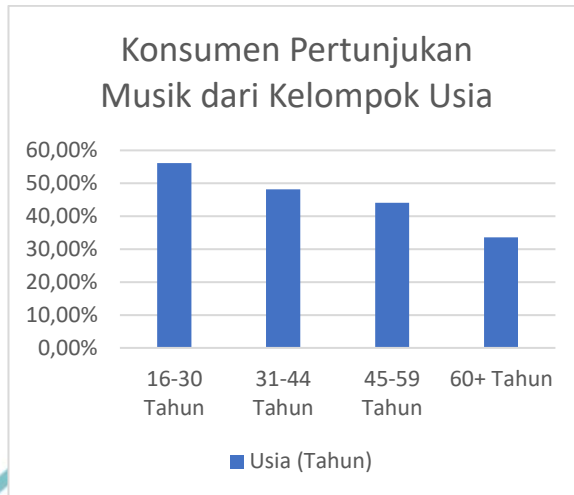
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 2 Tampilan G-form
Sumber: Instagram @leejastip

Kelemahan jastip sendiri yaitu tidak ada jaminan atau kepastian bahwa tiket dapat didapatkan sesuai dengan permintaan pemesan. Karena jastip hanya mengusahakan dengan kemampuan dan keahlian yang mereka punya untuk mendapatkan tiket dalam *ticket war*, sehingga konsumen hanya dapat sebatas bergantung dan mengharapkan jastip untuk mendapatkan tiketnya.

Fenomena acara konser musik di Indonesia semakin naik popularitasnya, berbagai band dan grup mengadakan konser mulai dari band atau penyanyi lokal hingga *K-Pop* maupun negara lainnya. Hal ini dikarenakan mereka memiliki pasar yang besar di Indonesia. Jakarta merupakan wilayah ibu kota terbesar yang memiliki populasi penduduk beragam. Sehingga, alasan konser musik grup *band* luar negeri maupun band Indonesia sering mengadakan konser di Jakarta, karena Jakarta memiliki pasar besar karena merupakan pusat bisnis dan keuangan yang dapat menarik penonton konser musik, infrastruktur di wilayah Jakarta juga sudah terjamin baik karena sudah banyaknya fasilitas-fasilitas yang memudahkan penyelenggara konser musik, serta Jakarta juga memiliki akses yang memudahkan penonton dari berbagai wilayah untuk datang seperti adanya jaringan transportasi baik udara, darat maupun laut. (Kusdiana, 2024)



Gambar 1. 3 Kelompok Usia konsumen konser tahun 2021-2023
Sumber : Badan Pusat Statistik

Dari gambar diatas, menurut data BPS pada tahun 2021 hingga 2023 terlihat bahwa dalam kelompok usia konsumen pertunjukan musik konser di Indonesia, memiliki banyak peminat dari berbagai kalangan usia mulai dari 16-60 tahun keatas. Dijelaskan bahwa angka persentase tertinggi peminat konser di Indonesia dimiliki oleh jenjang usia 16-30 tahun sebesar 56,18%, sedangkan angka terendah peminat konser adalah usia 60 tahun keatas yaitu hanya 33,55%. Tentunya usia 16-30 tahun menempati angka tertinggi karena mereka anak yang sedang beranjak dewasa dan cukup dewasa untuk mencari hiburan dan memiliki urgensi untuk menemui artis idolanya.

Pada saat ini jenjang usia 16-44 tahun disebut generasi Z dan milenial, Generasi Z dan milenial yang sudah beranjak dewasa cenderung memiliki sifat suka bersenang-senang untuk mengobati rasa jenuhnya dalam menghadapi kegiatannya sehari-hari atau disebut *healing*, hal ini yang membuat penonton konser didominasi oleh usia 17-45 tahun. Bahkan saat ini penduduk di Indonesia saat ini didominasi oleh generasi Z dan juga milenial.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

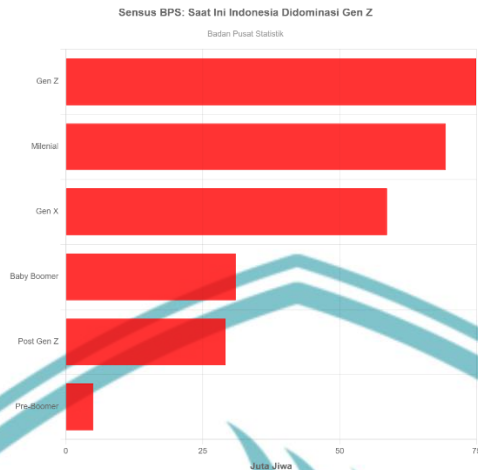
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Gambar 1. 4 Sensus Penduduk Indonesia Per-2023
Sumber: Badan Pusat Statistik, (BPS, 2023)

Tak heran saat ini konser sangat marak di Indonesia dan juga tak pernah sepi peminat. Bahkan menurut survei yang dilakukan oleh studi Green Shoots Radar bahwa 40% konsumen Indonesia menduduki peringkat tiga di Asia Pasifik dalam hal menghadiri konser pada tahun lalu, baik lokal maupun internasional.

Banyak faktor yang mempengaruhi seseorang untuk menggunakan jastip, diantaranya adalah kepercayaan (*trust*). Kepercayaan adalah pengetahuan yang dimiliki setiap individu dan disimpulkan dengan manfaat-manfaat yang diperoleh dan dibuat oleh individu (Mowen & Minor, 2015). Karena sifatnya identitas pribadi yang rahasia dan juga konsumen sudah membayar lunas seluruh harga tiket beserta *fee* jastip, kepercayaan adalah faktor kunci dan fondasi dalam mengembangkan bisnis pada transaksi *online* (Khatimah & Halim, 2014). Menurut Mc Knight et al, (2002) ada empat dimensi *Trust* yaitu *perceived vendor reputation*, *perceived site quality*, *Trusting intention-willingness to depend on web vendor*, dan *Trusting beliefs in web vendor*. Penyedia jasa harus membangun rasa kepercayaan terhadap pelanggan karena pelanggan agar pelanggan memilih untuk bertransaksi melalui penyedia jasa tersebut. Penelitian To & Trinh (2021) hanya menggunakan 3 dimensi kepercayaan yaitu *perceived vendor reputation*, *perceived site quality*, dan *Trusting beliefs in web vendor*. Dalam penelitian tersebut peneliti menggunakan sebuah aplikasi dompet digital sebagai objek penelitiannya atau vendor. Dimana kemampuan yang dimiliki oleh sebuah dapat memberikan *service* yang aman dan terpercaya serta melindungi reputasinya karena pelanggan melakukan *research*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

terhadap reputasi vendor yang akan mereka gunakan untuk bertransaksi. Sedangkan menurut penelitian (Hidayat Arrosadi, 2022) Faktor kepercayaan tidak mempengaruhi pelanggan Jasa Titip, hal ini disebabkan pelanggan jasa titip tersebut lebih mementingkan faktor lain seperti harga yang lebih terjangkau dalam penggunaan jastip, (Septia Pratiwi & Kadek Dwi Nuryana, 2021) faktor kepercayaan tidak berpengaruh positif pada *Behavioral Intention*.

Gaya hidup atau *lifestyle* adalah pola kehidupan yang menunjukkan bagaimana seseorang membelanjakan uangnya dan mengalokasikan waktu terkait pembelian barang tertentu (Mowen & Minor, 2002). Adanya faktor *Lifestyle* dapat diketahui apakah para konsumen melakukan jastip karena gaya hidupnya yang membelanjakan uangnya untuk mengefisiensi waktu dan memudahkannya dengan hanya melakukan transaksi melalui media sosial. Menurut penelitian terdahulu (Rahmawati, 2022) Gaya hidup berpengaruh terhadap perilaku konsumtif pelanggan, yang dimana pelanggan cenderung rela mengeluarkan uang lebih besar demi mendapatkan hal yang diinginkan dengan cara mudah dan cepat. Kepribadian seseorang menentukan bagaimana perilaku mereka dalam mengalokasikan waktu dan menghabiskan uang mereka. Pada jaman ini tentunya gaya hidup *modern* seiring dengan perkembangan teknologi dan segalanya. Kehidupan *modern* membawa mereka kepada hal-hal yang cenderung menjadi mudah, mudah dan instan. Sedangkan pada penelitian (Rizky et al., 2022) gaya hidup tidak memiliki pengaruh terhadap minat beli produk. Penelitian tersebut mengatakan bahwa banyak orang yang lebih memprioritaskan kebutuhan hidup dibanding dengan gaya hidup. Gaya hidup tersebut yang menentukan perilaku konsumen dalam penggunaan uang dan pola hidup mereka.

Kemudian faktor harga (*price*) merupakan (Machfoedz, 2010) adalah jumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Menurut penelitian (Nasution, 2018) tidak terdapat pengaruh harga terhadap minat pembelian karena konsumen beranggapan tidak masalah jika mereka harus membayar harga berapa saja asalkan mendapatkan hal yang benar-benar mereka minati. Namun penelitian (Tania, Hemawan & Izzudin, 2022) mengatakan bahwa harga berpengaruh terhadap minat beli konsumen karena saat ini persaingan pasar yang ketat, konsumen cenderung

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

memilih membeli produk atau jasa dengan harga paling terjangkau karena produk atau jasa yang ditawarkan sama. Saat ini usaha jastip sudah marajalela dalam arti banyak pesaing, serta tentunya harga asli produk/jasa tersebut lebih mahal saat dikenakan *fee* jastip. Namun, beberapa kalangan tidak mempedulikan harga asal mereka mendapatkan hal yang mereka inginkan terutama pada kalangan generasi Z dan milenial yang selalu ingin *up-to-date*.

Word of Mouth (WOM) merupakan pernyataan yang disampaikan oleh orang lain selain penyedia layanan kepada pelanggan (Tjiptono, 2005). Kepuasan minimum pelanggan ditentukan oleh ulasan dan pendapat dari pelanggan lain atau dari mulut ke mulut (*WOM*). Bila ada rekomendasi atau *review* dari pelanggan, baik itu dari *platform review* bersama atau komunitas, pasti akan lebih berpeluang meyakinkan pelanggan untuk membeli produk tertentu. Istilah "dari mulut ke mulut" mengacu pada bentuk iklan dari mulut ke mulut yang tidak bergantung pada metode tradisional dari iklan dari mulut ke mulut; namun, "*EWOM*" mengacu pada iklan dari mulut ke mulut melalui saluran online (Nursal, Rianto, Rohaeni & Saputra, 2023). Dengan perkembangan teknologi saat ini, muncul istilah *Electronic Word of Mouth (e-WOM)* yaitu komunikasi dari mulut kemulut para pelanggan yang telah terlibat penggunaan jasa/barang yang tidak bertemu secara langsung atau disebut *online*. Menurut penelitian (Fadhli Nursal et al., 2023) *e-WOM* berpengaruh pada keputusan pembelian terhadap minat penggunaan jasa transportasi *online*, penelitian tersebut menggunakan ketiga indikator *platform assistance, concern for other, expressing positive*. Begitu pula dengan penelitian yang dilakukan (Inayati, Efendi & Dewi, 2022) *Electronic Word Of Mouth* memiliki pengaruh paling dominan terhadap minat pembelian dibanding dengan variabel *lifestyle* Pada era ini penggunaan sosial media berpengaruh pada populasi massa, para pelanggan dengan mudah berbagi pendapat satu sama lain. Dengan adanya rekomendasi dari pelanggan, baik itu dari *platform review* bersama atau komunitas, tentu akan lebih berpeluang meyakinkan pelanggan untuk membeli produk/jasa tersebut.

Berdasarkan latar belakang dan fenomena yang telah diuraikan diatas serta variabel yang akan digunakan yakni *Trust, Lifestyle, Price* dan *electroic Word of Mouth* maka penulis ingin mengetahui apakah variabel tersebut dapat mempengaruhi minat konsumen dalam menggunakan Jasa Titip (jastip) dalam

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

membeli tiket konser. Maka, judul pada penelitian ini adalah “Pengaruh *Trust, Lifestyle, Price* dan *e-WOM* Terhadap Minat Konsumen Dalam Menggunakan Jasa Titip Untuk Membeli Tiket Konser”

1.2 Rumusan Masalah

Dalam survei yang dilakukan oleh Beautynesia.com dalam (Kusdiana, 2024) terdapat data konser musik dengan peminat terbanyak pada tahun 2023.

Tabel 1. 1 Data penonton konser musik di Jakarta 2023

Konser Musik di Indonesia dengan Peminat Terbanyak Tahun 2023		
No	Nama Konser	Jumlah Penonton
1.	Dewa 19 All Star Stadium tour, Stadion Gelora Bung Karno	85.000
2.	Coldplay, Stadion Gelora Bung Karno	80.000
3.	Blackpink Born Pink, Stadion Gelora Bung Karno	75.000
4.	SMTOWN LIVE 2023, Stadion Gelora Bung Karno	50.000
5.	Raisa Live in Concert, Stadion Gelora Bung Karno	42.000
6.	NCT DREAM The Dream Show 2 : In A Dream, ICE BSD	36.000
7.	Tour Asia Agust D ‘D-DAY’, ICE BSD	30.000
8.	Konser Tunggal Sheila On 7, Jakarta	25.000

Sumber: beautynesia.com (Witri Nasuha, 2023)

Menurut (Indonesiana, 2023), konser-konser tersebut memiliki banyak peminat bahkan banyak yang tidak mendapatkan tiket untuk menontonnya. Dengan banyaknya peminat musik konser saat ini yang bahkan jumlah tiket terhitung terbatas berbanding dengan banyaknya peminat, sehingga membuat masyarakat yang mencari peruntungan melalui bisnis jasa titip (Jastip) dengan menjual jasa mereka dalam membantu seseorang dalam membeli tiket konser yang pembelinya inginkan.

Penikmat musik konser cenderung mempercayai jastip daripada dirinya sendiri dalam mendapatkan tiket konser, sehingga hal ini membuat para penggemar cenderung mencari jastip saat artis favoritnya mengeluarkan pengumuman mengenai perihal konsernya di Indonesia. Namun, terkadang banyak pembeli yang tidak memperhatikan dan membaca terlebih dahulu apakah jasa titip yang mereka inginkan adalah pihak jasa titip yang jujur keasliannya atau tidak. Karena sekarang ini walaupun pihak jasa titip telah memberikan banyak bukti atau testimoni jika jasa



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

titip mereka telah jujur dalam menjual jasa mereka, hal tersebut tidak menutup kemungkinan bahwa mereka juga dapat menipu pembeli mereka (Muslicha & Irwansyah, 2020).

Persoalan terhadap jasa titip melalui data dari (Metro Tempo, 2023) pada 10 Juli 2023 lalu, terdapat kasus penipuan yang dilakukan oleh pihak jasa titip Tiket konser The Dream Show 2 : NCT Dream yang diadakan di Jakarta 4-6 Maret 2023 lalu memakan 19 korban dari penipu jasa titip tersebut, dan kerugian mencapai Rp. 94.000.000,- (Iqbal, 2023).

Namun, walaupun dengan adanya modus penipuan tersebut tidak membuat aktivitas jastip ini meredup. Masyarakat tetap memiliki minat dan keinginan untuk melakukan jasa titip dalam membeli tiket konser. Tentunya, dengan hati-hati dan banyak faktor yang menjadi pertimbangan untuk menghindari kekhawatiran penggemar. Sehingga saat ini bagi mereka tentunya mempunyai alasan serta faktor sendiri memilih untuk menggunakan jastip tiket.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah faktor pendorong yang membuat orang melakukan jastip tiket konser? Apakah faktor *trust*, *lifestyle*, *price* dan *e-WOM* adalah yang mempengaruhi minat masyarakat dalam menggunakan jasa titip (jastip) untuk membeli tiket konser.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas menimbulkan pertanyaan berikut :

1. Apakah faktor *Trust* mempengaruhi minat menggunakan Jasa Titip dalam membeli tiket konser?
2. Apakah faktor *Lifestyle* mempengaruhi minat menggunakan Jasa Titip dalam membeli tiket konser?
3. Apakah faktor *Price* mempengaruhi minat menggunakan Jasa Titip dalam membeli tiket konser?
4. Apakah faktor *Electronic Word of Mouth* mempengaruhi minat seseorang menggunakan Jasa Titip dalam membeli tiket konser?

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang diatas terdapat tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bahwa faktor *Trust* dapat mempengaruhi minat penggunaan Jasa Titip dalam membeli tiket konser.
2. Untuk mengetahui bahwa faktor *Lifestyle* dapat mempengaruhi minat penggunaan Jasa Titip dalam membeli tiket konser.
3. Untuk mengetahui bahwa faktor *Price* dapat mempengaruhi minat penggunaan Jasa Titip dalam membeli tiket konser.
4. Untuk mengetahui bahwa faktor *Electronic Word of Mouth* dapat mempengaruhi minat penggunaan Jasa Titip dalam membeli tiket konser.

1.5 Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan hasil yang didapatkan nantinya dapat memberikan manfaat dan kontribusi secara teoritis dan praktis seperti:

1. Manfaat Teoritis

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat membantu dan memberi kontribusi untuk menjadi referensi penelitian selanjutnya. Serta dapat menjadi pengetahuan mengenai peran jasa titip khususnya pada jasa titip konser.

2. Manfaat Praktis

Diharapkan hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi para pelaku jasa titip dalam menarik pelanggan dan membuat inovasi yang lebih baik kedepannya.

1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan berisi mengenai referensi isi dari penelitian untuk mempermudah pembaca dan memberikan gambaran mengenai isi penelitian terkait.

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini penulis menguraikan tentang dasar serta permasalahan yang akan dibahas yang berisi latar belakang, rumusan masalah

penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan skripsi.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang landasan teori yang mendukung penelitian, literasi yang berhubungan, serta kerangka pemikiran dan hipotesis.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memuat jenis penelitian yang digunakan oleh penulis, objek penilaian, metode pengumpulan data, jenis dan sumber data penelitian, metode pengumpulan data penelitian serta analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menguraikan tentang hasil penelitian, aplikasi yang digunakan untuk menunjang pengolahan data. Kemudian pembahasan mengenai hasil penelitian.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini mengenai kesimpulan yang diperoleh berdasarkan pengolahan data. Kesimpulan tersebut memberikan intisari dari pertanyaan penelitian pada Bab I kemudian terjawab pada bab IV, serta memuat saran yang dapat berguna bagi berbagai pihak.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian terhadap pengguna jastip saat membeli tiket konser dan analisis pengaruh *trust*, *lifestyle*, *price* dan *e-wom* maka dapat disimpulkan bahwa jastip lebih harus memperhatikan faktor internal daripada mengkhawatirkan faktor luar. Dapat dilihat, dari empat faktor yang diimplementasikan, dua indikator berpengaruh pada minat konsumen menggunakan jastip untuk membeli tiket konser, yaitu *trust* dan *price*. Hal ini sesuai dengan layaknya konsumen yang tentu memperhatikan rasa kepercayaan dalam menggunakan sebuah jasa, sehingga ketika konsumen merasa sebuah jastip tersebut dapat memberikan rasa aman dan percaya maka hal ini akan membuat konsumen ingin untuk melakukan transaksi, bahkan mereka tidak segan-segan untuk melakukan transaksi berulang kedepannya, yang dimana hal ini sesuai dengan teori TBM yang dimana kepercayaan pada sebuah vendor mempengaruhi *behavioral intention*. Begitu pula dengan harga, seperti pada yang dilampirkan pada teori *marketing mix* yang dimana harga yang diberi oleh penjual mempengaruhi hasil penjual tersebut. Semua orang tentu ingin membeli sesuatu dengan harga yang terjangkau dan kualitas terbaik, maka dari itu ketika sebuah jastip menawarkan produk yang sama, konsumen akan memperhatikan harga pada setiap individunya untuk memastikan mereka membayar dengan harga yang sesuai manfaat yang diterima olehnya. Untuk dua faktor lainnya, yaitu *lifestyle* dan *e-wom*, hal ini dapat disebut sebagai faktor eksternal yang dimana jastip tidak dapat mengendalikannya karena terjadi oleh masing-masing individu. Gaya hidup seseorang tidak menentukan kemana minatnya, karena masing-masing mungkin memang lebih memprioritaskan hal lain. Begitu pula dengan *e-wom* yang dimana penyebaran informasi ini tidak dapat dikendalikan oleh sebuah jastipers. Namun, para jastipers dapat terus memberikan citra positif seperti layanan baik yang diberikan, rasa percaya yang ada, harga yang bersaing. Oleh karena itu, jastipers perlu mempertimbangkan faktor-faktor tersebut untuk memenuhi preferensi konsumen.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



5.2 Saran

Berdasarkan hasil dan pembahasan dari penelitian ini maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Bagi jastipers

Dari hasil penelitian yang didapatkan, bahwa faktor yang tidak berpengaruh pengguna jastip yakni *lifestyle* dan *e-WOM*. Maka para jastipers harus terus *improve* agar selalu meningkatkan reputasi sehingga banyak yang memberikan testimoni dan *review* yang bagus dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa titip melalui *e-WOM*. Serta juga menawarkan hal-hal menarik sehingga memicu minat konsumen dengan berbagai gaya hidup mulai dari yang modern dan lainnya. meningkatkan faktor internal seperti kepercayaan, harga dalam memberikan layanan jasa titip.

2. Bagi pengguna jastip

Berdasarkan hasil penelitian ini, diketahui bahwa konsumen menggunakan jastip untuk mendapatkan tiket konser yang mereka inginkan. Hal ini tentunya karena konsumen sangat menyukai artis tersebut. Berbagai kriteria dalam memilih jastip sangat harus diperhatikan untuk keamanan apalagi jastip ini memang memerlukan data pribadi serta pembayaran yang dilakukan diawal.

3. Bagi penelitian selanjutnya

Pada penelitian ini hanya menggunakan variabel *Trust*, *Lifestyle*, *Price* dan *e-WOM* dimana keempat variabel berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan jastip dalam membeli tiket konser. Diharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat menggunakan variabel yang lain yang diduga dapat mempengaruhi minat konsumen. Salah satunya variabel promosi, dimana para jastipers dapat menaikkan *brand awareness* dan sehingga membuat jastip ini disadari keberadaannya.. Hal tersebut berguna untuk menambah jangkauan penelitian agar penelitian lebih berkembang.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR PUSTAKA

- A. B. Susanto, H. W. (1996). *Power Branding: Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya*. Jakarta Selatan: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Alma, B. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV Alfabeta.
- Anoraga, P. (1995). *Perusahaan Multinasional dan Penanaman Modal Asing*. Semarang: Pustaka Jaya.
- Aprillia, A. N., & Rimenda, T. (2022). Pengaruh Habit Dan Trust Dalam Minat Menggunakan ShopeePay Pada Pembelanjaan Online (Studi Kasus Pada Aplikasi Shopee). *Prosiding SNAM PNJ (2022)*.
- Arif, M. (2021). Pengaruh Social Media Marketing, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online. *Seminar Nasional Teknologi Edukasi dan Humaniora 2*, 111-122.
- Aritonang, Y. arent Ionardo, & Arisman, A. (2017). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Manfaat Terhadap Minat Menggunakan E-Money (Studi Kasus Pada Pengguna Go-Pay). *Julyxxxx, x, No.x(x)*, 1–17.
- Askar, N. M., & Anshari, F. (2023). Cerita Para ‘Jastip’ Tiket: Pertukaran Sosial dalam Fenomena Ticket war. *Jurnal Publish*, 124-259.
- Azhar, M., Sutiono, H. T., & Wisnalmawati. (2021). Pengaruh Digital Marketing dan Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Pelanggan. *SEMNASIF*, 289-305.
- BPS. (2023). *Statistik Indonesia-Statistical Yearbook Of Indonesia*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.
- Cahyono, D. F., Kusumawati, A., & Kumadji, S. (2016). Analisis faktor-faktor Pembentuk Electronic Word of Mouth (eWOM) dan Pengaruhnya terhadap Minat Beli. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 148–157.
- Chaipradermsak, T. (2007). *the Influential Factors on Consumers’ Purchasing Decision in Bangkok Pet Retailing Business*. pp.1-66. <https://pdfs.semanticscholar.org/e275/84b3a20a1faa51c98f091c5f02a469187979.pdf>
- Cheung, C. M., & Lee, M. K. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision support systems*, 53(1), 218-225.
- Corbitt, B. J., Thanasankit, T., & Yi, H. (2003). Trust and E-commerce: a Study of Consumer Perceptions. *Elsevier*, 203-215.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Desvronita. (2021). FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN PEMBAYARAN E-WALLET MENGGUNAKAN TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL. *JURNAL AKMENIKA VOL 18 NO 2*.
- Ernawati, N., & Noersanti, L. (2020). Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan dan Kepercayaan terhadap Minat Penggunaan pada Aplikasi OVO. *Jurnal Manajemen Stei*.
- Fadhli Nursal, M., Rianto, M. R., Rohaeni, H., & Saputra, F. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen Dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 1(3), 111–118. <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>
- Hasan, A. (2010). *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: MEDPRESS.
- Hennig-Thurau, T., Gwinner, K. P., Walsh, G., & Gremler, D. D. (2004). Electronic word-of-mouth via consumer-opinion platforms: What motivates consumers to articulate themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38–52. <https://doi.org/10.1002/dir.10073>
- Hermawan, A., & Yusran, H. L. (2017). *Penelitian bisnis pendekatan kuantitatif*. Kencana
- Hidayat Arrosadi. (2022). Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Jasa Titip Monera). *Hal. 314 Ivo Novitaningtyas*, 5(3), 314–328. <http://ejournal.uika-bogor.ac.id/index.php/MANAGER>
- Inayati, T., Efendi, M. J., & Dewi, A. S. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia. *Jurnal Teknologi dan Manajemen Industri Terapan (JTMIT) Vol. 1*, 202-209.
- Iqbal, M. (2023, 11 Juli). Selain Beli Barang Branded, Penipu Jastip Tiket Konser NCT Dream Habiskan Uang buat Hangout di Tempat Hiburan Malam. *Tempo Metro*. <https://metro.tempo.co/read/1746782/selain-beli-barang-branded-penipu-jastip-tiket-konser-nct-dream-habiskan-uang-buat-hangout-di-tempat-hiburan-malam>
- Jeong, & Eunha. (2011). Restaurant Experience Triggering Positive Electronic Word Of Mouth (eWOM) Motivations. *International Journal Of Hospitality Management*, 30,, 356-366.
- John C. Mowen, M. M. (2015). *Consumer Behavior: A Framework*. Cornell University: Pretince Hall, 2001.
- Kartina, M., Muhammad Rizqi, R., & Adhitya Ananda, N. (2020). PENGARUH KERAGAMAN MENU, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG ROTI LANGSUNG ENAK BAKERY SUMBAWA. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 3(1). Retrieved from <https://jurnal.uts.ac.id/index.php/jmb/article/view/629>

- Khatimah, H., & Halim, F. (2014). Consumers' Intention to Use e-Money in Indonesia Based on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT). *American-Eurasian Journal of Sustainable Agriculture*, 8(12), 34–40. <http://www.aensiweb.com/aejsa.html2014July;8>
- Kotler, & Armstrong. (2018). *Principle Of Marketing 17th Edition*.
- Kotler, & Keller. (2016). *Marketing Management*. New Jersey.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*.
- Kotler. (2007). *Manajemen Pemasaran (Vol. 1)*. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kusdiana, D. A. (2024). PERILAKU MAHASISWA PEMBELI TIKET MELALUI JASA TITIP DI INSTAGRAM PADA ACARA KONSER (STUDI KASUS ACARA KONSER DI JAKARTA TAHUN 2023).
- Kusumastuti, A. D. (2020). FENOMENA JASA TITIP (JASTIP) DAN POLEMIC BAGI KELANGSUNGAN PRODUK UMKM. *EKONOMI BISNIS DAN KEWIRAUSAHAAN, Vol. IX*, 33-39.
- Lee, C. M. (2012). What drives consumers to spread electronic word of mouth in online consumer-opinion platforms. *Decision Support Systems*, 218-225.
- Machfoedz, M. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mcknight, H. D., Choudhury, V., & Kacmar, C. (2002). The Impact of Initial Consumer Trust on Intentions. *Journal of Strategic Information Systems*, 297-323.
- Moleong, L. J. (2020). A. Pendekatan dan Jenis Penelitian. *Pelaksanaan Reforma Agraria Di Desa Sumberdanti Kecamatan Sukowono Kabupaten Jember (Berdasarkan Undang-Undang No. 5 Tahun 1960 Tentang Pokok-Pokok Agraria Dan Perpres No. 86 Tahun 2018 Tentang Reforma Agraria)*.
- Mowen, John C., & Minor, M. (2002). *Prilaku konsumen*. Jakarta: Erlangga. <https://doi.org/10.1016/j.materresbull.2010.09.021>
- Mulyono. (2019). *Analisis Regresi Sederhana*. Diambil kembali dari Binus University Business School Undergraduate Program Management.
- Muslich, I. S. & Irwansyah (2019). Instagram dan Fenomena “Jastip” di Indonesia [Instagram and the “Jastip” Phenomena in Indonesia]. *Journal Communication Spectrum*, 9(2), 143-157. <http://dx.doi.org/10.36782/jcs.v9i1.1871>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Muslich, I. S. & Irwansyah (2019). Instagram dan Fenomena “Jastip” di Indonesia [Instagram and the “Jastip” Phenomena in Indonesia]. *Journal Communication Spectrum*, 9(2), 143-157. <http://dx.doi.org/10.36782/jcs.v9i1.1871>
- Nasution, H. F. (2018). Pengaruh Kemudahan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian Secara Online (Studi Kasus Mahasiswa Belanja Online Pada FEBI IAIN Padangsidempuan). *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 26-39.
- Nugraha, Alfiah, Sinulingga, Rojiati, Saloom, Rosmawati, . . . Fatima. (2016). *Teori Perilaku Konsumen*. Pekalongan: PT. Nasya Expanding Management.
- Nursal, M. F., Rianto, R. M., Rohaeni, H., & Saputra, F. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (EWOM) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi. *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital (JMPD)*, 111-118.
- Pandji, A. (1995). *Perusahaan Multinasional dan Penanaman Modal Asing*. Semarang: Pustaka Jaya.
- Pandji, A. (1995). *Perusahaan Multinasional dan Penanaman Modal Asing*. Semarang: Pustaka Jaya.
- Plummer, K. (1983). *Documents of Life 2: An Invitation to A Critical Humanism*. New York: SAGE.
- Pujastuti, E., Winarno, W. W., & Sudarmawan. (2014). Pengaruh E-Commerce Toko Online Fashion Terhadap Kepercayaan Konsumen. *Citec Journal, Vol. 1, No. 2*, 139-153
- Rahman, H., & Nurlatifah, H. (2020). Analisis Pengaruh Perceived Ease of Use, Trust, Online Convenience terhadap Purchase Intention melalui Online Shopping Habits (Studi Kasus Pembelian Tiket Bioskop pada Aplikasi Gotix). *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial, Vol.1, No. 1*.
- Rahmawati, G. (2022). *Pengaruh Literasi Keuangan dan Gaya Hidup Terhadap Perilaku Konsumtif Pengguna Shopee Paylater Pada Generasi Millenial*. Jakarta: Politeknik Negeri Jakarta.
- Rindova, C. J. (1998). Reputation Management in Global 1000 Firms: A Benchmarking Study. *Corporate Reputation Review*, 205-212.
- Rismalia, & Sugiyanto. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan, Persepsi Manfaat Dan Kepercayaan Terhadap Keputusan Penggunaan Uang Elektronik Dengan Sikap Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Dana Di Universitas Esa Unggu. *Sinomika Journal*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Rizky, M., Fachruddin, I., & Khoirul Anwar, M. (2022). Pengaruh Gaya Hidup Dan Kesadaran Halal Terhadap Minat Beli Produk Fashion Pada Era New Normal Di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 5(3), 78–88. <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jei>
- Rodiah, S., & Melati, I. S. (2020). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Kemanfaatan, Risiko, dan Kepercayaan terhadap Minat Menggunakan E-wallet pada Generasi Milenial Kota Semarang. *Journal of Economic Education and Entrepreneurship 1 (2)*, 66-80.
- Sari, N., Saputra, M., & Husein, J. (2017). Pengaruh electronic word of mouth terhadap keputusan pembelian pada toko online Bukalapak. com. *Jurnal Manajemen Magister Darmajaya*, 3(01), 96-106.
- Schiffman L. G. Kanuk L. L. & Wisenblit J. (2007). Consumer behavior (Tenth). *Et Cases Enabling Decision*, 1–16.
- Septia Pratiwi, D., & Kadek Dwi Nuryana, I. (2021). Analisis Tingkat Penerimaan dan Kepercayaan Pengguna Teknologi Terhadap Penggunaan Dompot Digital DANA. *Journal of Emerging Information Systems and Business Intelligence*, 02(04), 2021.
- Shankar, A., & Datta, B. (2018). Factors Affecting Mobile Payment Adoption Intention: An Indian Perspective. *Global Business Review*, 19(3_suppl), S72–S89. <https://doi.org/10.1177/0972150918757870>
- Sharma, A., & Sheth, J. N. (2004). Web-based marketing: The coming revolution in marketing thought and strategy. *Journal of Business Research*, 57(7), 696–702. [https://doi.org/10.1016/S0148-2963\(02\)00350-8](https://doi.org/10.1016/S0148-2963(02)00350-8)
- Silaban, H. (2014). *Pelayanan Publik di Era Reformasi*. Semesta.
- Soinbala, R., & Bessie, J. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth (eWOM) melalui Media Sosial Instagram terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Oncu’s Fruit Dessert). *GLORY: Jurnal Ekonomi & Ilmu Sosial*, 1(1), 65–83.
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta, 2021.
- Sugiyono. (2018). Dalam *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (hal. 456). Bandung: Alfabeta.
- Sundaram, D.S., Mitra, K., & Webster, C. (1998). Word-Of-Mouth Communications: a Motivational Analysis. *Advances in Consumer Research*, 25: 527-531.
- Taan, H. (2021). Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen. *e-Journal Ekonomi Bisnis dan Akuntansi*, 89-96.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Tania, A. E., Hermawan, H., & Izzudin, A. (2022). Pengaruh Lokasi dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia, Admistrasi dan Pelayanan Publik*, 75-84.

Tjiptono, F. (2005). *Pemasaran Jasa: Edisi Pertama*. Malang: Bayumedia Publishing.

To, A. T., & Trinh, T. H. M. (2021). Understanding behavioral intention to use mobile wallets in vietnam: Extending the tam model with trust and enjoyment. *Cogent Business and Management*, 8(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2021.1891661>

Willy, W. (2018). ANALISIS FASHION BRAND TERHADAP PERILAKU KONSUMEN. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 128-137.

Witri Nasuha, B. (2023). *Deretan Konser Musik di Indonesia dengan Penonton Membludak Sepanjang 2023, Ada yang Sudah Dinanti-nanti Selama 11 Tahun!* Jakarta: Kaleidoskop Beautynesia

Yilmaz, A., & Atalay, C. G. (2009). A theoretical analyze on the concept of trust in organizational life. *European Journal of Social Sciences*, 8(2), 341-352.

Yosua, A. A., & Arisman, A. (2017). PENGARUH PERSEPSI KEMUDAHAN DAN PERSEPSI MANFAAT TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN E-MONEY (STUDI KASUS PADA PENGGUNA GO-PAY). *Jurnal Akuntansi STIE Multi Data Palembang*, X, 1–17.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan Laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Halo!

Perkenalkan Saya Tarisa Ramadian mahasiswa Jurusan Akuntansi Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir di jurusan Akuntansi program studi D4 Keuangan dan Perbankan Politeknik Negeri Jakarta. Oleh karena itu, saya memohon bantuan teman-teman semua untuk mengisi kuisisioner ini dengan benar dan jujur, guna melengkapi data skripsi saya.

Kriteria Responden:

1. Masyarakat yang menggunakan jastip untuk pembelian tiket konser di Jakarta.
2. Berusia 16 hingga 44 tahun.

Profil Responden

1. Email :
2. Inisial :
3. Jenis kelamin :
 - Perempuan
 - Laki-laki
4. Usia :
 - 16-25 tahun
 - 26-35 tahun
 - 26-44 tahun
5. Pendidikan terakhir :
 - SMA/SMK
 - D3
 - S1
 - S2
 - S3
6. Pendapatan :
 - 1.000.000 – 2.000.000
 - 2.000.000 – 4.000.000
 - 4.000.000 – 5.000.000
 - >5.000.000
7. Apakah anda pernah menggunakan jastip tiket?
 - Ya
 - Tidak
8. Apakah anda pernah menggunakan jastip untuk membeli tiket konser di Jakarta? (Jika tidak, berhenti disini)
 - Ya
 - Tidak



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Petunjuk Pengisian

1. Isilah identitas secara lengkap dan benar
2. Bacalah dengan seksama setiap butir pertanyaan/ Pernyataan
3. Pilihlah salah satu alternatif jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan keadaan yang Anda alami

Dengan skor :

Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju	2
Ragu-ragu (R)	3
Setuju (S)	4
Sangat Setuju (SS)	5

Pernyataan

I. Trust

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
	<i>Perceived Vendor Reputation</i>					
1.	Saya percaya pada jasa titip (jastiper) yang saya pilih memiliki kredibilitas yang baik.					
2.	Saya percaya jasa titip (jastiper) yang saya pilih sudah berpengalaman melayani pembelian jasa tiket konser.					
3.	Saya percaya bahwa jasa titip (jastiper) terkenal memiliki reputasi yang baik.					
	<i>Trusting Intention-willingness to depend on Web Vendor</i>					
4.	Saya percaya bahwa saya dapat mengandalkan jasa titip (jastiper) untuk membeli tiket konser.					
5.	Saya yakin bahwa jasa titip (jastiper) akan dapat membeli tiket konser sesuai dengan kategori yang saya inginkan.					
6.	Saya yakin bahwa pihak jasa titip (jastiper) akan melindungi data pribadi saya dengan baik.					
	<i>Trusting Beliefs In Web Vendor</i>					
7.	Saya percaya bahwa jasa titip (jastiper) akan membantu jika ada masalah pada saat penggunaan tiket.					
8.	Saya percaya bahwa jasa titip (jastiper) akan bertanggungjawab penuh mengenai tiket yang saya beli.					
9.	Saya percaya bahwa jasa titip (jastiper) dikelola oleh orang kompeten untuk membeli tiket sesuai.					

II. Lifestyle (hedonism)

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
	Gaya hidup hedonis					
	Pleasure (kenikmatan)					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.	Saya merasa puas ketika dapat menghadiri konser yang saya impikan berkat bantuan jasa titip (jastiper)					
2.	Jasa titip (jastiper) membantu saya membeli tiket konser yang terbatas.					
3.	Jasa titip (jastiper) membantu saya menikmati kenikmatan menonton konser. Enjoyment (kesenangan)					
4.	Jasa titip (jastiper) membantu saya untuk bersenang-senang menghadiri konser musik favorit saya					
5.	Saya merasa terhibur ketika berhasil mendapatkan tiket konser favorit saya melalui jasa titip (jastiper).					
6.	Dengan adanya jasa titip (jastiper) memungkinkan saya untuk mengatur waktu dengan lebih fleksibel.					

III. Price

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
	Harga terjangkau					
1.	Saya menggunakan jasa titip (jastiper) karena harganya terjangkau.					
2.	Saya merasa bahwa harga yang saya bayarkan kepada jasa titip (jastiper) sepadan dengan kepastian dalam mendapatkan tiket yang diinginkan.					
3.	Saya merasa bahwa pihak jasa titip (jastiper) memberikan transparansi yang jelas mengenai biaya jastip tiket.					
	Harga bersaing					
4.	Saya merasa bahwa harga jastip tiket dapat bersaing.					
5.	Saya percaya bahwa jasa titip (jastiper) menawarkan harga yang kompetitif dibandingkan dengan alternatif lain..					
6.	Saya memilih menggunakan jastip tiket dengan harga yang sesuai pasaran.					
	Harga dan manfaat yang dirasakan					
7.	Harga jastip tiket sesuai dengan layanan yang diberikan oleh pihak jastiper.					
8.	Harga jastip tiket sepadan dengan manfaat yang saya terima.					
9.	Saya cenderung menggunakan jasa titip (jastiper) karena manfaat yang diberikan sesuai dengan harga.					

IV. E-WOM

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
	Concern for Other					
1.	Saya mengandalkan testimoni dari pengguna sebelumnya tentang pengalaman menggunakan jasa titip tiket.					



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2.	Saya dapat merasakan kepedulian dari orang lain saat merekomendasikan sebuah jastip tiket yang terpercaya.					
3.	Saya merasa <i>review</i> tentang jasa titip (jastiper) mempengaruhi keinginan saya untuk menggunakan jastip tersebut.					
	Expressing positive					
4.	Saya mendapat informasi tentang jastip dari media sosial.					
5.	Saya memperoleh <i>review</i> positif dari orang lain yang menggunakan jastip di media sosial.					
6.	Saya merasa jastip menjadi alternatif yang tepat untuk membeli tiket.					

V. Minat menggunakan

No	Pernyataan	STS	TS	R	S	SS
	Minat Preferensial					
1.	Saya merasa menggunakan jasa titip (jastiper) tiket aman.					
2.	Saya bersedia memberikan informasi pribadi kepada jasa titip (jastiper) untuk kepentingan jastip tiket.					
	Minat Transaksional					
3.	Saya bersedia menggunakan jasa titip (jastiper) untuk menghemat waktu dalam membeli tiket konser.					
4.	Saya menggunakan jasa titip (jastiper) ketika tiket konser yang saya inginkan terbatas.					
	Minat Eksploratif					
5.	Saya menggunakan jasa titip (jastiper) yang sesuai dengan layanan yang saya inginkan.					
6.	Saya memilih jasa titip (jastiper) dengan harga yang sesuai dengan kualitas yang diberi.					
	Minat Referensial					
7.	Saya membagikan pengalaman saya saat menggunakan jasa titip (jastiper).					
8.	Saya menilai jasa titip yang ditawarkan layak untuk direkomendasikan.					



Lampiran 2 Distribusi Kuisioner

No Responden	Trust									Price						Price						E-WOM						Minat Menggunakan											
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	X4_6	Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y1_6	Y1_7	Y1_8	
1	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	2	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	5	3	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
3	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
6	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
7	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5
8	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	
9	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	
10	5	4	5	4	5	2	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	
11	5	4	3	5	2	5	5	4	5	5	4	4	5	5	3	2	4	5	1	3	4	5	5	4	5	3	4	4	5	2	4	4	5	5	4	4	2	4	
12	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	3	3	4	3	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	3	4	4	5	3	4	4	
13	5	5	3	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	
14	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	
15	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
17	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	2	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	3	4	3	4	5	4	4	3	3		
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	
19	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	
20	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
21	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
22	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	
23	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	3	

Hak Cipta :
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

25	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
26	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4					
27	5	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	2	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5				
29	5	4	2	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	2	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4				
30	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
31	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	4	5	4		
32	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4		
33	4	3	5	5	2	1	1	4	4	5	5	4	4	2	4	4	5	5	3	3	4	5	2	1	1	2	4	5	3	5	4	3	5	5	3	2	5	4	5	5	5	4			
34	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5		
35	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	
36	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	4	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
37	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	3	4	5	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	4	
44	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	3	4	5	3	4	5	5	4	5	4	5	5	3	4	5	5	3	4
45	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	5	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
46	5	4	5	3	4	4	5	4	3	4	5	4	5	3	1	5	3	4	4	3	5	4	1	4	4	4	4	3	5	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
47	4	3	5	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	4	3	5	4	5	4	3	5	3	4	5	3	4	5	3	5	4	3	4	3	4	4	3
48	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	4	3	3	4	3	4	3	4	2	5	1	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5		
49	3	5	5	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	3	5	5	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	
50	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4
51	4	5	3	4	3	4	4	5	4	5	5	3	5	5	1	2	4	5	2	2	3	2	1	2	5	4	5	5	3	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
52	5	4	5	3	5	5	3	3	5	3	3	4	4	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

53	4	3	3	5	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	5	5	4	5	3	4	4	3	3	5	2	4	4	3	4	5	4	3			
54	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5		
55	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4		
56	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4		
57	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	1	5	3	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4		
58	1	1	3	1	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2	2	2	2	1	3	3	2	2	2	1	1	2	1	2	3	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1		
59	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5		
60	3	2	2	2	1	3	1	2	1	2	1	1	3	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	4	2	1	2	2	3	4	1	3	1	2	3	2	2		
61	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
62	4	5	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	2	5	3	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	5		
63	5	5	3	5	3	4	3	4	5	5	4	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	4	5	3	4	3	4	5	5	5		
64	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	3	3	4	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	4	5	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	5		
65	5	5	4	4	4	4	5	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	5	5
66	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	
67	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	1	5	1	4	2	3	3	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
68	4	5	3	4	4	5	5	3	5	3	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5
69	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	
70	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	2	3	2	5	2	2	3	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4
71	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	
72	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	2	5	5	3	4	5	4	4	3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	
73	5	2	5	4	2	3	3	5	5	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	2	4	5	1	5	4	5	4	2	3	3	5	5	2	2	
74	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	2	3	3	5	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	
75	4	5	4	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	
76	3	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	5	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	5	4	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	
77	5	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	1	2	2	4	5	3	3	4	5	4	3	2	5	4	3	4	3	5	3	3	3	
78	1	3	1	1	2	2	2	4	5	5	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	1	1	4	3	2	2	2	4	1	3	3	
79	3	5	5	3	3	4	4	4	3	4	5	3	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	3	5	5	
80	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	3	4	4	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

81	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	
82	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	2	2	5	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	
83	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	4	1	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	
84	5	5	5	3	3	4	1	3	1	1	4	3	5	4	5	3	4	3	5	4	5	4	5	3	5	3	5	3	4	5	3	4	1	3	5	5			
85	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4		
86	5	5	5	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	2	5	5	4	4	4	3	4	3	4	5	5	
87	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	
88	4	4	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	5	3	3	5	5	4	1	3	5	5	4	2	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	
89	2	4	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	1	2	2	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5	2	4	
90	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	2	4	5	3	4	3	4	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	
91	4	4	4	4	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	3	4	4	
92	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	2	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	2	5	2	2	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	
93	2	3	5	5	3	3	3	3	4	4	5	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	5	3	3	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	2	3
94	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	1	3	1	1	4	2	4	1	1	2	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	
95	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	
96	5	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	5	5	5	4	
97	4	5	4	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	3	3	3	4	3	3	5	5	3	3	3	4	5	4	5	4	5	5	3	4	5	
98	4	5	4	3	4	5	3	3	5	3	4	3	4	5	3	4	5	3	3	4	3	3	3	5	5	3	4	4	4	3	5	4	4	5	3	3	4	5	
99	4	3	5	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	3	
100	4	3	5	4	3	5	4	4	5	3	3	5	1	3	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	5	4	4	3	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



- Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 3 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Relevansi	Perbedaan
1.	Namia Media Kurnia Askar, Faridhian Anshari (2023)	Cerita Para 'Jastip' Tiket: Pertukaran Sosial dalam Fenomena Ticket war	Peneliti menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data meliputi wawancara dengan informan serta u observasi langsung di lapangan dalam beberapa penyelenggaraan event musik dan pengumpulan dokumen pendukung menjadi data sekunder yang digunakan	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pada jasa titip sangat penting sebagai pertimbangan, adanya pertimbangan dalam membuka kuota pembeli, jaringan (tim) yang membantu, pengalaman dari masa lalu, dan diperolehnya perasaan empati merupakan menjadi faktor-faktor penting sebagai pertimbangan konsumen dalam memilih sebuah jastip.	Persamaan pada penelitian ini adalah pada proses penggunaan jasa titip sebagai sarana untuk pemanfaatan proses penjualan jasa tiket dalam <i>war ticket</i> .	Penelitian ini menggunakan para jastip jastip sebagai objek. Serta metode yang digunakan yaitu metode kualitatif deskriptif dengan wawancara.
2.	Arina Hidayat Arrosadi, Dian Marlina Verawati, Ivo	Pengaruh kualitas pelayanan, kepercayaan dan	Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan	Hasil penelitian ini mendapatkan hasil yaitu terdapat pengaruh simultan variabel kualitas pelayanan, kepercayaan dan	Persamaan dari penelitian ini adalah variabel kepercayaan dan	Perbedaannya adalah variabel independent lainnya tidak digunakan, serta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Novitaningtyas (2022)	kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan (studi kasus pada pelanggan jasa titip Monera)	sampelnya yaitu purposive sampling dan dianalisis menggunakan uji analisis regresi linier berganda. Didapatkan hasil minimal sampel sebanyak 108,5 sampel responden, namun pada penelitian ini jumlah sampel kemudian ditetapkan sebanyak 110.	kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan hasil uji secara parsial variabel kualitas pelayanan dan kepercayaan berpengaruh positif, namun kepercayaan tidak memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan.	objek penelitian yaitu sebuah jastip. Kemudian metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik purposive sampling.	variabel dependent yaitu loyalitas. Kemudian metode penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif dengan teknik accidental sampling.
3.	Brian J. Corbitt, Theerasak Thanasankit, Han Yi (2003)	Trust and e-commerce: a study of consumer perceptions	Survei Online menghasilkan 80 data valid yang dilakukan di web. Responden direkrut melalui undangan email yang disematkan dengan URL situs web survei.	Hasil dari penelitian ini adalah, kepercayaan menjadi faktor penting dalam e-commerce yang didominasi oleh tiga sumber yaitu reputasi e-commerce secara umum, konsumen dan situs web e-commerce tertentu. Kesan e-commerce secara keseluruhan memiliki dampak yang kuat pada	Persamaan dari penelitian ini adalah akan meneliti variabel kepercayaan dengan dimensi reputasi dan situs web.	Perbedaannya, penelitian akan menggunakan objek jastip yang menjadi wadah untuk bertransaksi pada media sosial, sehingga meneliti kepercayaan

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



				kemauan untuk mempercayai belanja Online.		konsumen pada sebuah jastip
4.	Titik Inayati, Mohamad Johan Efendi, Ayu Safika Dewi (2022)	Pengaruh Digital Marketing, Electronic Word of Mouth, dan Lifestyle terhadap Keputusan Pembelian pada Marketplace Shopee Indonesia	Metode penelitian kuantitatif, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, sampel yang diambil sebanyak 75 responden. Metode pengumpulan data yang digunakan merupakan kuesioner.	Hasil penelitian tersebut hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa digital marketing, electronic word of mouth, dan lifestyle berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Variabel electronic word of mouth berpengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian	Persamaan dari penelitian ini adalah akan meneliti variabel <i>lifestyle</i> dan <i>electronic word of mouth</i>	Perbedaannya adalah variabel digital marketing dan objek penelitian.
5.	Hapsawati Taan (2021)	Kemudahan Penggunaan dan Harga Terhadap Minat Beli Online Konsumen	Penelitian ini menggunakan pendekatan jenis kuantitatif deskriptif, dengan sampel metode non probability sampling dengan cara accidental sampling.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli online konsumen. Yang berarti dengan adanya kemudahan dan harga terbaik yang ditawarkan oleh <i>online shop</i> maka akan membuat minat konsumen.	Persamaan dari penelitian ini adalah akan meneliti variabel kemudahan dan harga.	Perbedaannya yaitu objek penelitian serta metode penelitian.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



6.	M. Fadhli Nursal, Muhammad Richo Rianto, Heni Rohaeni, Farhan Saputra (2023)	Pengaruh <i>Electronic Word of Mouth (EWOM)</i> Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Pada Jasa Transportasi Online Maxim di Kota Bekasi	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan dalam mendapatkan sampel menggunakan metode <i>purposive sampling</i> . Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ialah sebanyak 75 responden	Hasil penelitian ini mengatakan bahwa <i>electronic word of mouth (eWOM)</i> berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat beli jasa transportasi online Maxim di Kota Bekasi.	Persamaan dari penelitian ini adalah akan meneliti variabel X <i>electronic word of mouth (eWOM)</i> dan variabel Y yaitu minat.	Perbedaannya yaitu pada objek penelitian serta.
----	--	--	--	--	--	---



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas

X1 :

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	TOTAL X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,767**	,341	,605**	,404*	,471**	,636**	,724**	,714**	,783**
	Sig. (2-tailed)		<,001	,065	<,001	,027	,009	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,767**	1	,540**	,604**	,472**	,457**	,732**	,777**	,832**	,857**
	Sig. (2-tailed)	<,001		,002	<,001	,008	,011	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,341	,540**	1	,515**	,594**	,376*	,621**	,584**	,583**	,739**
	Sig. (2-tailed)	,065	,002		,004	<,001	,040	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,605**	,604**	,515**	1	,615**	,509**	,724**	,736**	,648**	,844**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	,004	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,404*	,472**	,594**	,615**	1	,127	,532**	,447**	,382*	,662**
	Sig. (2-tailed)	,027	,008	<,001	<,001		,503	,002	,013	,037	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,471**	,457**	,376*	,509**	,127	1	,440*	,568**	,358	,603**
	Sig. (2-tailed)	,009	,011	,040	,004	,503		,015	,001	,052	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,636**	,732**	,621**	,724**	,532**	,440*	1	,781**	,833**	,883**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	,002	,015		<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,724**	,777**	,584**	,736**	,447**	,568**	,781**	1	,777**	,892**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	,013	,001	<,001		<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	,714**	,832**	,583**	,648**	,382*	,358	,833**	,777**	1	,850**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	,037	,052	<,001	<,001		<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X1	Pearson Correlation	,783**	,857**	,739**	,844**	,662**	,603**	,883**	,892**	,850**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** .Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* .Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X2 :

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,766**	,766**	,616**	,647**	,690**	,881**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,766**	1	,627**	,541**	,661**	,658**	,841**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	,002	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,766**	,627**	1	,796**	,643**	,576**	,858**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,616**	,541**	,796**	1	,733**	,542**	,827**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,002	<,001		<,001	,002	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	,647**	,661**	,643**	,733**	1	,617**	,850**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	,690**	,658**	,576**	,542**	,617**	1	,817**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	,002	<,001		<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X2	Pearson Correlation	,881**	,841**	,858**	,827**	,850**	,817**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** .Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

X3 :

		Correlations									
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	TOTAL X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,704**	,463*	,599**	,474**	,470**	,636**	,494**	,541**	,770**
	Sig. (2-tailed)		<,001	,010	<,001	,008	,009	<,001	,005	,002	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,704**	1	,687**	,506**	,664**	,596**	,708**	,579**	,637**	,846**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	,004	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,463*	,687**	1	,487**	,644**	,674**	,760**	,699**	,623**	,825**
	Sig. (2-tailed)	,010	<,001		,006	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	,599**	,506**	,487**	1	,634**	,480**	,505**	,357	,448*	,714**
	Sig. (2-tailed)	<,001	,004	,006		<,001	,007	,004	,053	,013	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	,474**	,664**	,644**	,634**	1	,572**	,520**	,672**	,742**	,811**
	Sig. (2-tailed)	,008	<,001	<,001	<,001		<,001	,003	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	,470**	,596**	,674**	,480**	,572**	1	,665**	,631**	,603**	,774**
	Sig. (2-tailed)	,009	<,001	<,001	,007	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	,636**	,708**	,760**	,505**	,520**	,665**	1	,733**	,614**	,850**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	,004	,003	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.8	Pearson Correlation	,494**	,579**	,699**	,357	,672**	,631**	,733**	1	,771**	,807**
	Sig. (2-tailed)	,005	<,001	<,001	,053	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.9	Pearson Correlation	,541**	,637**	,623**	,448*	,742**	,603**	,614**	,771**	1	,819**
	Sig. (2-tailed)	,002	<,001	<,001	,013	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X3	Pearson Correlation	,770**	,846**	,825**	,714**	,811**	,774**	,850**	,807**	,819**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

X4 :

		Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	TOTAL X4
X4.1	Pearson Correlation	1	,613**	,806**	,714**	,657**	,562**	,841**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	,613**	1	,668**	,757**	,628**	,698**	,849**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	,806**	,668**	1	,855**	,609**	,646**	,886**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	,714**	,757**	,855**	1	,657**	,642**	,895**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.5	Pearson Correlation	,657**	,628**	,609**	,657**	1	,699**	,830**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.6	Pearson Correlation	,562**	,698**	,646**	,642**	,699**	1	,838**
	Sig. (2-tailed)	,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X4	Pearson Correlation	,841**	,849**	,886**	,895**	,830**	,838**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	30	30	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Y1 :

		Correlations									
		Y1.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y7	Y.8	TOTAL Y	
Y1.1	Pearson Correlation	1	,695**	,579**	,559**	,652**	,619**	,598**	,704**	,801**	
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,695**	1	,623**	,611**	,674**	,831**	,699**	,762**	,871**	
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,579**	,623**	1	,844**	,697**	,665**	,459*	,481**	,792**	
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	,011	,007	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	,559**	,611**	,844**	1	,807**	,768**	,491**	,614**	,840**	
	Sig. (2-tailed)	,001	<,001	<,001		<,001	<,001	,006	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	,652**	,674**	,697**	,807**	1	,808**	,706**	,701**	,893**	
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	,619**	,831**	,665**	,768**	,808**	1	,668**	,663**	,887**	
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	,598**	,699**	,459*	,491**	,706**	,668**	1	,824**	,814**	
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,011	,006	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	,704**	,762**	,481**	,614**	,701**	,663**	,824**	1	,854**	
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	,007	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL Y	Pearson Correlation	,801**	,871**	,792**	,840**	,893**	,887**	,814**	,854**	1	
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas

X1 :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,921	9

X2 :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,918	6

X3 :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,926	9

- Hak Cipta :**
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

X4 :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,925	6

Y :

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,940	8

UJI ASUMSI KLASIK

Lampiran 6 Heteroskidastisitas :

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,322	3,848		1,903	,060
	X1	2,744	2,087	,279	1,314	,192
	X2	,979	2,138	,092	,458	,648
	X3	-3,014	1,770	-,289	-1,703	,092
	X4	-3,051	2,193	-,306	-1,391	,167

a. Dependent Variable: LN_U2

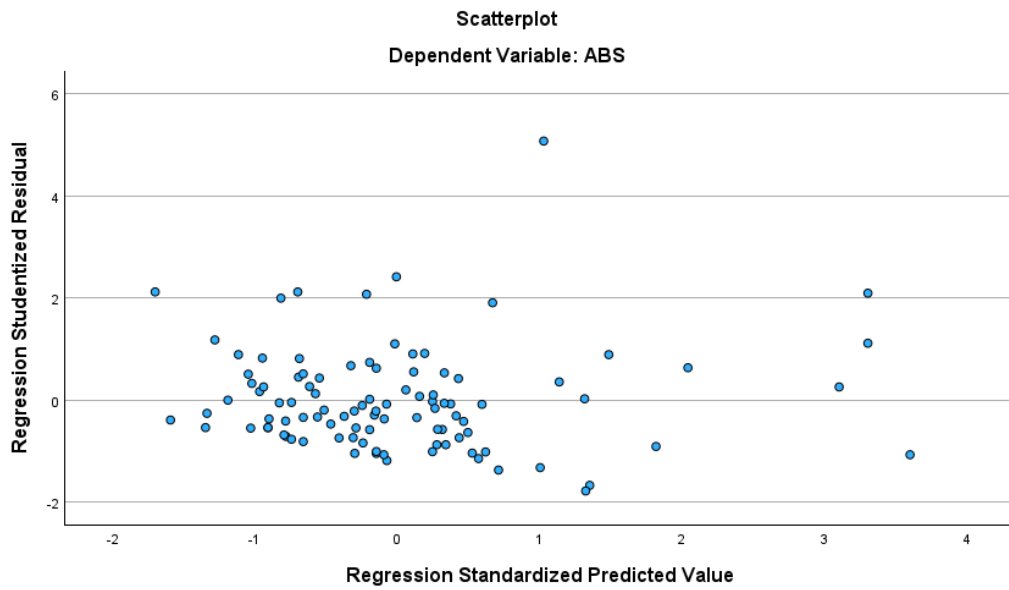
JAKARTA



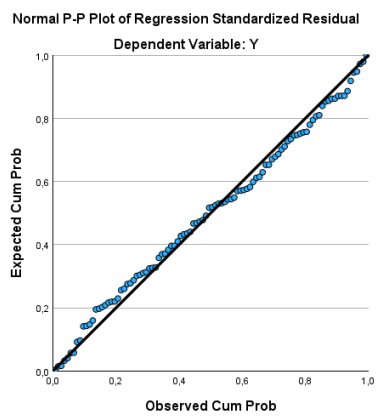
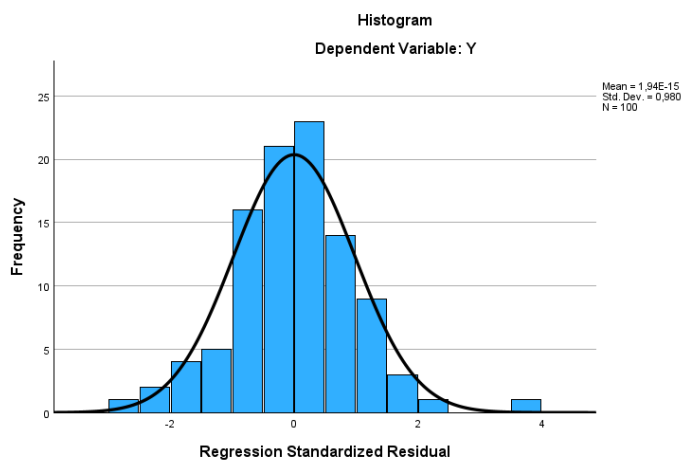
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 7 Hasil Uji Normalitas





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,91958105	
Most Extreme Differences	Absolute	,060	
	Positive	,054	
	Negative	-,060	
Test Statistic		,060	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,507	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,494
		Upper Bound	,520

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Lampiran 8 Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	,303	3,299
	X2	,360	2,774
	X3	,492	2,033
	X4	,344	2,904

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 9 Hasil Uji Analisis Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,160	1,521		,763	,448
	X1	,600	,063	,701	9,551	<,001
	X2	,168	,093	,122	1,815	,073
	X3	,109	,052	,122	2,111	,037
	X4	,058	,088	,045	,656	,514

a. Dependent Variable: Y



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

UJI HIPOTESIS

Lampiran 10 Hasil Uji Hipotesis T Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	1,160	1,521		,763	,448
	X1	,600	,063	,701	9,551	<,001
	X2	,168	,093	,122	1,815	,073
	X3	,109	,052	,122	2,111	,037
	X4	,058	,088	,045	,656	,514

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 11 Hasil Uji F Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1987,396	4	496,849	129,390	<,001 ^b
	Residual	364,794	95	3,840		
	Total	2352,190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

Lampiran 12 Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,919 ^a	,845	,838	1,960

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1