

No. Alumni Universitas	REFDINAL AULIA SUKMA	No. Alumni Fakultas
a) Tempat/tanggal Lahir: Bukittinggi/ 09 Februari 1995 b) Nama Orang Tua: Alm Dedi Sukardi dan Efri Yenni c) Fakultas: Ekonomi d) Jurusan: Manajemen e) No. BP: 1210523025 f) Tanggal Lulus: 8 April 2016 g) Predikat Lulus: Sangat Memuaskan h) IPK:3.17 i) Lama Studi: 3 tahun 9 bulan j) Alamat Orang Tua: Silarak, Tj Haro Kec Luak Kabupaten 50 kota		

**‘Pengaruh *e-Word of Mouth* terhadap *Brand Image* dan *Purchase intention* pada situs Traveloka”  
(Survei pada Masyarakat Kota Payakumbuh)**

*Skripsi oleh Refdinal Aulia Sukma*  
*Pembimbing 1: DR. Verinita, SE., MSi.*  
*Pembimbing 2: Erizal N, SE., MM.*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *e-Word of Mouth* terhadap *Brand Image* dan *Purchase Intention* pada situs Traveloka.com. Jenis penelitian ini adalah *explanatory research*. Metode penelitian adalah *survey explanatory kuantitatif*. Tipe investigasi adalah kausalitas dengan *time horizon One Shot* tahun 2016. Sampel penelitian ini adalah masyarakat Kota Payakumbuh yang pernah menggunakan atau berniat membeli tiket pesawat *online* atau *booking* kamar hotel secara *online*. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 120 responden, Teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan menyebar kuisioner. Pengolahan data penelitian ini menggunakan alat bantu SEM (*Structural Equation Models*) dengan program *SmartPLS version 2.0*. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan dari variabel *e-WOM* terhadap *Brand Image*, *e-WOM* terhadap *Purchase Intention* dan *Brand Image* terhadap *Purchase Intention*, yang artinya jika makin baik *e-WOM* yang tersebar di masyarakat tentang Traveloka.com akan meningkatkan *Brand Image* Traveloka dan secara langsung akan meningkatkan niat beli secara *online* pada situs Traveloka.com pada masyarakat Kota Payakumbuh. Pihak Traveloka sebaiknya memperbaiki pelayanan terhadap pelanggan dan *maintance* situs Traveloka.com secara berkala agar tidak ada kerugian bagi para pelanggan, sehingga memicu para pelanggan menyebarkan *e-WOM* yang positif dan dapat meningkatkan *Brand Image* dan *Purchase Intention* bagi perusahaan untuk keuntungan jangka panjang situs Traveloka.com.

**Kata kunci:** *Brand Image, e-Word of Mouth, Purchase Intention.*

Skripsi ini telah dipertahankan di depan sidang penguji dan dinyatakan lulus pada tanggal: 8 April 2016. Abstrak ini telah disetujui oleh pembimbing dan penguji:

Tanda Tangan	1.	2.	3.	4.
Nama Terang	DR. Verinita, SE., MSi.	Erizal N, SE., MM.	Faisal Ali Ahmad,SP.,Msi	Ranny Fitriana Faisal, BPM., MHRM

Mengetahui,

Koordinator  
FEUA Kampus II Payakumbuh :

**Lukman, SE., M.Si**  
**NIP:196411231993031003**

\_\_\_\_\_  
**Tanda Tangan**

Alumnus telah mendaftar ke Fakultas/Universitas Andalas dan mendapatkan nomor alumnus

	Petugas Fakultas / Universitas	
No. Alumni Fakultas	Nama	Tanda Tangan
No. Alumni Universitas	Nama	Tanda Tangan

