

SKRIPSI

PENGARUH KEPERCAYAAN KEMUDAHAN DAN MANFAAT
YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT
MELALUI TRAVELOKA DI YOGYAKARTA



Disusun oleh :

ANTIKA PRATIWI
NO. MHS : 516100592

PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLA TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2020

PENGARUH KEPERCAYAAN KEMUDAHAN DAN MANFAAT
YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
PESAWAT MELALUI TRAVELOKA DI YOGYAKARTA

SKRIPSI



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Pariwisata

Disusun oleh :

ANTIKA PRATIWI
NO. MHS : 516100592

PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLA TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2020

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH KEPERCAYAAN KEMUDAHAN DAN MANFAAT
YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
PESAWAT MELALUI TRAVELOKA DI YOGYAKARTA

Disusun oleh :
Antika Pratiwi
NO. MHS : 616100592

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II



Drs. Santosa MM
NIDN : 0519045901



Yudi Setiaji, S.H. MM
NIDN : 0508066401

Mengetahui :
Ketua Program Studi Pariwisata :



Arif Dwi Saputra, S.S. MM
NIDN : 0525047001

BERITA ACARA UJIAN

PENGARUH KEPERCAYAAN KEMUDAHAN DAN MANFAAT
YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
PESAWAT MELALUI TRAVELOKA DI YOGYAKARTA

SKRIPSI

Disusun oleh :

Antika Pratiwi
NO. MHS : 616100592

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji
Dan Dinyatakan LULUS
Pada tanggal : 28 juli 2020

TIM PENGUJI

Dosen Penguji Utama : Drs. Prihatno, MM
(NIDN : 0526125901)

: 

Dosen Penguji II : Drs. Santosa, MM
(NIDN : 0519045901)

: 

Dosen Penguji III : YudiSetiaji, S.H, MM
(NIDN : 0508066401)

: 

Mengetahui :
Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta



Drs. Prihatno, MM
NIDN : 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Antika Pratiwi
NIM : 516100592
Program Studi : Pariwisata
Judul Skripsi : Pengaruh Kepercayaan Kemudahan dan Manfaat yang dirasakan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Traveloka

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini benar – benar kerja saya sendiri. Berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Sebagai bagian dari skripsi ini. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara – cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko dan sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran dalam karya saya ini atau klaim dari pihak lain terhadap keaslian skripsisaya.

Yogyakarta, 28 Juli 2020

No.MHS : 516100592

MOTTO

Sesungguhnya Allah tidak akan mengubah keadaan suatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada diri sendiri.

(Q.S.Ar. Rad:11)

Sesorang dengan tujuan yang jelas akan membuat kemajuan walaupun melewati jalan yang sulit, seseorang yang tanpa tujuan tidak akan membuat kemajuan walaupun dia berada di jalan yang mulus.

(Thomas Carlyle)

Ghibahmu semangatku

(Antika,2020)

PERSEMBAHAN

Dengan memanjatkan puji syukur kehadiran Allah SWT, karya sederhana ini akan saya persembahkan kepada :

1. Kedua orang tua saya yang paling saya cintai yaitu Bapak Romlan dan Ibu Marinten yang selalu bekerja menguras keringat agar impian mereka menjadikan anaknya seorang sarjana terwujud.
2. Adik saya Maulana Wahyu Aldiansyah yang selalu menjadi motivasi saya
3. Alwi Darius laki – laki yang selalu sabar dan menyayangi saya sepenuh hati
4. Teman Asrama Mahasiswi Lampung (Amila) yang telah menjadi saudara dan pondok belajar diperantauan
5. Almamater tercinta STP AMPTA Yogyakarta
6. Susu Milo teman selama revision
7. Boneka ulat panda yang menjadi bantal terempuk

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan uasaa senuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisata pada Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan Pengaru Kepercayaan Kemudahan dan Manfaat yang dirasakan terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Tiket Pesawat melalui Traveloka Di Yogyakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Ucapan terimakasih penghargaan setinggi-tingginya secara tulus penulis ucapkan kepada :

1. Bapak Drs. Prihatno, MM selaku penguji utama yang memberikan kesempatan untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
2. Bapak Drs. Santoso, MM selaku pembimbing I yang telah memberikan arahan selama penyusun skripsi.
3. Bapak Yudi Setiaji, SH, MM selaku pembimbing II yang bersedia memberikan bimbingan dalam penulisan skripsi.
4. Seluruh responden yang telah bersedia membantu dan meluangkan waktu dalam pengisian kuesioner.
5. Bapak Arif Dwi Saputra, SS, MM selaku Ketua Jurusan Program Studi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembang ilmu pengetahuan. Penulis berharap adanya kritik dan saran yang membangun guna memperbaiki dalam penelitian selanjutnya.

Yogyakarta, 28 Juli 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
ABSTRAK	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	7
E. Manfaat Penelitian	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	8
A. Landasan Teori	8
1. Keputusan Pembelian	8
a. Faktor yang mempengaruhi pembelian	8
b. Tahapan – tahapan pengambilan keputusan pembelian	15
2. Kepercayaan	18
3. Kemudahan	20

4. Manfaat.....	23
5. <i>E-commerce</i>	26
B. Kerangka Pemikiran	29
C. Penelitian Terdahulu.....	30
D. Hipotesis	32
BAB III METODE PENELITIAN	33
A. Metode Penelitian	33
1. Jenis Penelitian	33
2. Lokasi Penelitian.....	34
3. Populasi dan sampel.....	34
4. Variabel dan definisi konsep.....	37
5. Metode pengumpulan data.....	40
6. Uji kelayakan instrumen	43
7. Analisis deskriptif data	45
8. Uji hipotesis.....	47
a. Uji F	47
b. Uji T	47
c. Uji Koefesien Determinasi.....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
A. Deskriptif Responden Data.....	52
B. Uji kelayakan instrumen	52
1. Uji Validitas.....	52
2. Uji Reliabilitas	53
3. Uji Hipotesis	55
a. Uji F	55
b. Uji T	56

c. Uji Koefesien Determinasi.....	58
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	60
A. Kesimpulan	60
B. Saran	61

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Brand Award Kategori Situs Online Booking Tiket Pesawat.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	30
Tabel 3.1 Variabel Penelitian Dan Definisi Operasional.....	39
Tabel 3.2 Analisis Kriteria Deskriptif Presentase	46
Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Usia.....	50
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Pendidikan.....	50
Tabel 4.4 Responden Berdasarkan Status Sosial	51
Tabel 4.5 Responden Berdasarkan Lama Pengguna Traveloka.....	51
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Data Responden Penelitian.....	63
Lampiran 2 Hasil Uji Validitas.....	64

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Total Pengujung Situs Traveloka.....	3
Gambar 2.1 Logo Traveloka.com.....	3
Gambar 2.3 Paradigma Penelitian	29

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui : (1) pengaruh kepercayaan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat pada pengguna aplikasi traveloka, (2) pengaruh kemudahan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat pada pengguna aplikasi traveloka, (3) pengaruh manfaat terhadap keputusan pembelian tiket pesawat pada pengguna aplikasi traveloka, (4) pengaruh kepercayaan, kemudahan dan manfaat terhadap keputusan pembelian tiket pesawat pada pengguna traveloka. Penelitian ini merupakan penelitian survey.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli tiket melalui traveloka di Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: berdasarkan uji simultan terdapat pengaruh yang signifikan hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$, yaitu $F_{hitung} 131,649 > F_{Tabel} 2,70$ dengan nilai probabilitas sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak. Selanjutnya hasil uji T yang dapat disimpulkan bahwa: Dari ketiga variabel ada satu variabel yang tidak signifikan yaitu X_1 yang dibuktikan dari nilai T_{hitung} sebesar $1,927 < T_{table} 1,98498$ dan nilai signifikan sebesar $0,057 > 0,05$ dan kedua variabel lainnya yaitu X_2 dan X_3 menunjukkan adanya pengaruh terhadap Y sehingga H_0 ditolak.

Katakunci: Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat, Keputusan pembelian

ABSTRAK

This research aims to find out: (1) The influence of trust in airline ticket purchase decisions on Traveloka application users, (2) The ease of influence on the decision of purchasing airline tickets on Traveloka application Users, (3) effect on the benefits of purchasing flight decisions on Traveloka application Users, (4) Influence of trust, ease and benefit to purchase decision of flight ticket on Traveloka users. This research is a research survey.

The population in the research is all consumers who have purchased tickets through Traveloka in Yogyakarta. Sampling techniques use purposive sampling with a sample number of 100 respondents. Data collection techniques using questionnaires have tested their validity and reliability. The analytical techniques used are multiple regression.

The results of the study demonstrated that: based on simultaneous testing there is a significant influence on this is evidenced by the $F_{count} > F_{table}$, i.e. $F_{count} 131.649 > F_{table} 2.70$ with a probability value of $0.000 < 0.05$ then H_0 is reject. Furthermore, the results of the T-test can be concluded that: of the three variables there is one insignificant variable that is the X1 that is attest from the calculated T value of $1.927 < T_{table} 1.98498$ and a significant value of $0.057 > 0.05$ so H_0 in reject. And both of its other variables X2 and X3 indicate an influence on Y so that H_0 is rejected.

Keywords: Trust, Ease, Benefits, Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi kini telah masuk dalam era digital dimana segala bentuk informasi dapat akses dengan begitu cepat dan mudah melalui perangkat teknologi. Pemanfaatan teknologi dan informasi menyebabkan kebiasaan baru dalam segala aspek kehidupan. Dalam dunia bisnis, penerapan ,teknologi informasi sudah diterapkan oleh perusahaan yang berskala nasional maupun internasional, salah satunya system *e bussines*. Seiring dengan perkembangan tersebut para pelaku bisnis berlomba-lomba memasarkan produk dan jasa yang dimiliki melalui situs internet dengan harapan agar informasi tentang produk yang dimiliki lebih cepat menyebar luas ke seluruh lapisan masyarakat. Pergeseran kebiasaan (*trend*) berbelanja melalui internet berkembang begitu pesat.

Proses pencarian informasi serta system belanja *online* yang mudah menjadikan *trend* berbelanja *online* di Indonesia begitu diminati. Salah satu jenis jasa yang ditawarkan di situs *online* adalah pemesanan tiket wisata dan lain sebagainya yang mempermudah wisatawan untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan.

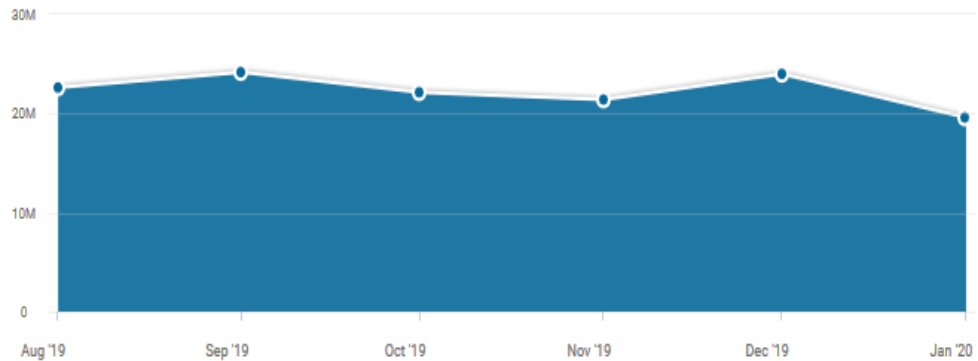
Adanya pergeseran dari *mass tourism* menjadi *individual tourism* menyebabkan kebiasaan baru yakni wisatawan melakukan pemesanan kamar hotel, tiket pesawat, transportasi dan segala kebutuhan dalam melakukan perjalanan wisata lainnya secara mandiri. Tiket pesawat merupakan salah satu

kebutuhan wisatawan yang akan berlibur ke suatu daerah tujuan wisata yang biasanya tidak dapat atau lebih sulit di akses melalui darat dan laut. Situs online booking tiket pesawat memberikan kemudahan bagi para wisatawan untuk dapat mengakses dan memantau harga tiket dimanapun dan kapanpun tanpa harus datang langsung ke kantor penjualan tiket. Segala kebutuhan untuk bepergian menjadi mudah dan aman karena pembelian dilakukan di situs yang terpercaya, salah satunya ialah Traveloka.com

Traveloka.com adalah perusahaan internet yang bergerak menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat secara *online* yang dirilis mulai bulan Maret tahun 2012. Traveloka dapat diakses melalui *desktop web mobile* dan aplikasi *mobile* kapan saja dan dimana saja. Dalam situsnya www.traveloka.com menyatakan bahwa traveloka telah membentuk kemitraan dengan lebih dari 100 penerbangan domestik dan Internasional, yang melayani lebih dari 100.000 rute yang berbeda seluruh Asia Pasifik dan Eropa.

Dilansir dalam situs id.techinasia.com bahwa keuntungan tertinggi situs traveloka diperoleh dari situs pemesanan tiket pesawat yaitu telah mencapai US\$ 40,1 miliar atau sekitar 572 triliun rupiah pada Maret 2018.

Total Pengunjung situs Traveloka pada bulan Agustus – Januari 2020



Gambar 1.1
 Grafik Total Pengunjung situs Traveloka pada bulan
 Agustus 2019 – Januari 2020
 Sumber : www.similarweb.com, Januari 2020

Saat ini Traveloka telah menjadi perusahaan perjalanan online terkemuka di Asia Tenggara yang menyediakan berbagai kebutuhan perjalanan dalam satu *platform*. Traveloka pertama kali didirikan oleh Ferry Unardy, Derianto Kusuma dan Albert yang pada awalnya hanya sebuah konsep untuk melihat dan membandingkan harga.



Gaambar 1.2
 Logo Traveloka.com
 Sumber : <https://seeklogo.com/vector-logo/346738/traveloka>

Sedangkan pada tahun 2017, dilansir dari situs Traveloka sekarang menyediakan pemesanan tiket kereta api, tiket perjalanan wisata, pulsa prabayar dan internet yang bekerja sama dengan vendor-vendor yang dilakukan untuk dapat terus memberikan pelayanan terbaik untuk memenuhi apa yang diinginkan oleh konsumen.

Tabel 1.2
Brand Award kategori Situs Online Booking Tiket Pesawat dan Travel di Indonesia tahun 2018

MEREK	TBI	TOP
Traveloka.com	45.7%	TOP
Trivago.co.id	6.5%	TOP
Pegipegi.com	3.1%	-
Tiket.com	2.8%	-
Agoda.com	2.3%	-

Traveloka berada di tempat pertama dalam survei *Top Brand Awards*. *Traveloka* menjadi yang tertinggi dalam *top of mind* dan media yang paling sering dikunjungi para konsumennya untuk mencari tiket pesawat secara online. Padahal apabila dilihat dari sisi harga, Traveloka umumnya memiliki harga yang lebih tinggi dibandingkan dengan para pesaingnya.

Ada beberapa hal yang diperhatikan oleh Traveloka dalam mempertahankan

posisinya sebagai *Top Brand Award* di kategori Situs Online Booking Tiket Pesawat dan Travel di Indonesia, antara lain kepercayaan, kemudahan dan manfaat yang dirasakan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis mengambil penelitian dengan judul **“Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, Dan Manfaat yang Dirasakan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Melalui Traveloka di Yogyakarta.**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dari penelitian ini ialah:

1. Apakah terjadi pengaruh secara simultan antara variabel kepercayaan, kemudahan dan manfaat yang dalam pengambilan keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka?
2. Diantara ketiga variable bebas yaitu kepercayaan, kemudahan dan manfaat yang dirasakan manakah yang paling memiliki pengaruh dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka batasan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana dapat terjadi pengaruh secara simultan antara variable kepercayaan, kemudahan dan manfaat yang dirasakan bagi mahasiswa dalam pengambilan keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka?
2. Bagaimana cara menemukan dari ketiga variabel bebas yaitu kepercayaan, kemudahan dan manfaat yang dirasakan manakah yang paling memiliki pengaruh dominan terhadap pengambilan keputusan pembelian tiket yang dilakukan oleh mahasiswa melalui Traveloka?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Mengetahui pengaruh secara simultan antara variabel kepercayaan, kemudahan dan manfaat yang dirasakan bagi mahasiswa dalam pengambilan keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka
2. Mengetahui variabel yang paling dominan dari ketiga variable bebas yaitu kepercayaan, kemudahan dan manfaat yang dirasakan manakah yang paling memiliki berpengaruh dan paling dominan

E. Manfaat penelitian

Penelitian ini dilakukan, dengan harapan dapat bermanfaat bagi :

1. Bagi perusahaan atau pelaku penjual secara online, diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan untuk melakukan inovasi baru

dalam penerapan strategi konsumen dan strategi penjualan dalam menentukan keputusan pembelian ulang yang dilakukan secara online

2. Bagi perguruan tinggi, dapat digunakan untuk menambah referensi sebagai bahan penelitian lanjutan yang lebih pada masa yang akan datang
3. Bagi peneliti lain, diharapkan hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan acuan dan sebagai tambahan ilmu pengetahuan untuk penelitian mendata