

**HUBUNGAN ANTARA PEMBELIAN TIKET MELALUI APLIKASI
TRAVELOKA DAN DIRECT PURCHASE TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG DI SENDRATARI RORO JONGGRANG**

SKRIPSI



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Pariwisata**

Oleh

DEBORA DINDA AYU

516100562

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2020**

**HUBUNGAN ANTARA PEMBELIAN TIKET MELALUI APLIKASI
TRAVELOKA DAN DIRECT PURCHASE TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG DI SENDRATARI RORO JONGGRANG**

SKRIPSI



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Pariwisata**

Oleh

DEBORA DINDA AYU

NO MHS: 516100562

**PROGRAM STUDI PARIWISATA
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA
2020**

**HUBUNGAN ANTARA PEMBELIAN TIKET MELALUI APLIKASI
TRAVELOKA DAN DIRECT PURCHASE TERHADAP KEPUTUSAN
BERKUNJUNG DI SENDRATARI RORO JONGGRANG**

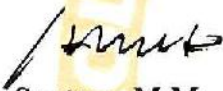
Oleh

DEBORA DINDA AYU

NO MHS : 516100562

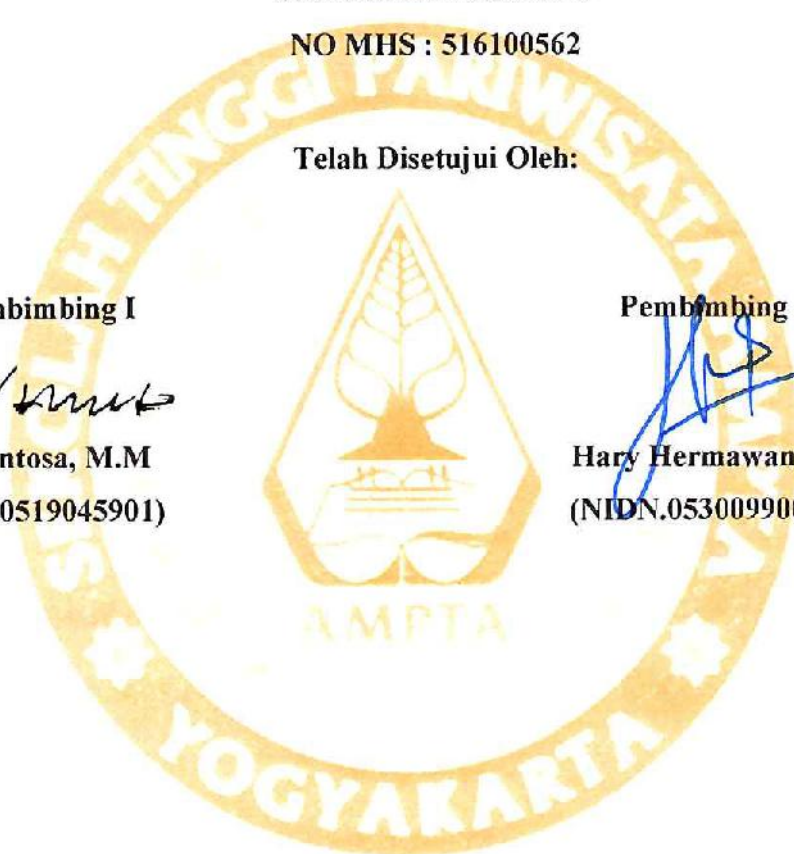
Telah Disetujui Oleh:

Pembimbing I


Drs. Santosa, M.M
(NIDN.0519045901)

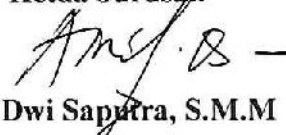
Pembimbing II


Hary Hermawan, S.Par., M.M
(NIDN.0530099002)



Mengetahui

Ketua Jurusan


Arif Dwi Saputra, S.M.M
(NIDN.0525047001)

BERITA ACARA UJIAN

**HUBUNGAN ANTARA PEMBELIAN TIKET MELALUI TRAVELOKA DAN
DIRECT PURCHASE TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI
SEDRATARI RORO JONGGRANG**

Oleh

DEBORA DINDA AYU

NO MHS : 516100562

TIM PENGUJI

PENGUJI UTAMA : Drs. Budi Hermawan, M.M

: (.....)

(NIDN.0523026601)

PEMBIMBING I : Drs. Santosa, M.M

: (.....)

(NIDN.0519045901)

PEMBIMBING II : Hary Hermawan, S.Par., M.M

: (.....)

(NIDN.0530099002)

MENGETAHUI,

KETUA STP AMPTA Yogyakarta



Drs. Prihatno, M.M

NIDN. 0526125901

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Debora Dinda Ayu

NIM : 516100562

Prodi : S1 Pariwisata

Judul Skripsi: “Hubungan Antara Pembelian Tiket Melalui Aplikasi Traveloka dan *Direct Purchase* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Sendratari Roro Jonggrang”

Menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Hubungan Antara Pembelian Tiket Melalui Aplikasi Traveloka dan *Direct Purchase* Terhadap Keputusan Berkunjung Di Sendratari Roro Jonggrang” di buat dengan sebenarnya berdasarkan hasil penelitian , pemikiran, dan pemaparan penulis. Adapun sumber informasi yang dikutip dari sumber kajian pustaka telah di cantumkan dalam teks penulisan dan daftar pustaka. Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab serta bersedia memikul resiko jika ternyata pernyataan diatas tidak benar.

Yogyakarta 04 Agustus 2020

Debora Dinda Ayu

NIM 516100646

Halaman Motto

*“Your name is the strongest positive and negative connotation in any language it either lights me up
or leaves me aching for days”*

(Mama)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, akhirnya saya dapat menyelesaikan penyusunan dan penulisan skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar sarjana pariwisata di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, skripsi ini saya persembahkan teruntuk:

1. Erwin Murtaba Lim dan Galuh Ekaningtyas kedua orang tua yang sangat hebat, yang selalu mendukung, mendoakan, menguatkan, seseorang yang pantang menyerah, seseorang yang tak pernah meragukan mimpi-mimpi saya dan seseorang yang rela melakukan apapun agar saya bisa mendapatkan pendidikan yang lebih baik.
2. Daniel Putut Erga sebagai saudara yang telah mendukung saya dalam menempuh pendidikan S1 di Yogyakarta.
3. Orang-orang terdekat saya Ira Tiarani Sundawi, Carina Zainatul Baiti, Dina Isramira Rizka, Randy Aditya dan teman-teman yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi.
4. Teman-teman satu angkatan 2016 Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang sama-sama berjuang dalam menyelesaikan pendidikan Sarjana, yaitu yang telah menjadi teman bertukar pikiran dan saling menyemangati dalam pembuatan skripsi.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Pembelian Tiket melalui Aplikasi Traveloka dan *Direct Purchase* Terhadap Keputusan Berkunjung di Sendratari Roro Jonggrang”. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Kepariwisata pada program Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan hubungan antara pembelian tiket melalui aplikasi Traveloka dan *direct purchase* terhadap keputusan berkunjung di Sendratari Roro Jonggrang yang hasilnya menunjukkan bahwa aplikasi Traveloka memiliki hubungan yang positif dan signifikan terhadap keputusan berkunjung, sedangkan pembelian tiket melalui media *direct purchase* memiliki hubungan yang negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan berkunjung.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Drs. Prihatno., M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta yang telah memberikan dukungan kepada mahasiswa dan mahasisiwi selama penulisan skripsi
2. Bapak Drs. Santosa, M.M selaku pembimbing 1 yang telah dengan sabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Hary Hermawan, S.Par., M.M selaku pembimbing 2 yang telah arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan, serta petunjuk-petunjuk pada penulisan skripsi ini.

4. Bapak Arif Dwi Saputra, SS., M,M selaku penguji utama selaku ketua jurusan yang telah memberi kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
5. Unit Sendratari Roro Jonggrang dari PT.Taman Wisata Candi yang telah memberikan banyak masukan, kritik, dan saran yang membangun selama penyusunan skripsi ini.
6. Para pengunjung yang telah bersedia menjadi responden untuk menyampaikan informasi dan mengisi angket penelitian.

Semoga bantuan Bapak/Ibu dan para responden dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan. Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan dan pada penelitian berikutnya.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Landasan Teori	6
1. Aplikasi Traveloka	7
2. Sendratari Roro Jonggrang	13
3. Keputusan Pembelian	16
4. Keputusan Berkunjung	17
B. Kerangka Pemikiran	19
C. Penelitian Terdahulu	21
D. Hipotesis	24
BAB III METODE PENELITIAN	25

A. Jenis Penelitian	25
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	25
C. Populasi dan Sampel	26
D. Variabel dan Indikator	27
E. Metode Pengumpulan Data	29
1. Jenis Instrumen	29
2. Uji Kelayakan Instrumen	31
F. Metode Analisis Data	32
1. Jenis Analisis	33
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
A. Deskripsi Objek Penelitian	37
1. Unit Sendratari Roro Jonggrang	37
2. Aplikasi Traveloka	40
3. Deskripsi Karakteristik Responden	41
B. Uji Kelayakan Instrumen	48
1. Uji Validitas	48
2. Uji Reliabilitas	51
C. Hasil Analisis Data dan Pembahasan	52
1. Analisis Deskriptif Traveloka	52
2. Analisis Deskriptif <i>Direct Purchase</i>	61
3. Analisis Deskriptif Keputusan Berkunjung	69
4. Analisis Inferensial.....	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
A. Kesimpulan	80
B. Saran	82
DAFTAR PUSTAKA	85

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tingkat Skala Likert Kuesioner Modifikasi	30
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan <u>Usia</u>	43
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	44
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	45
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	46
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X1.....	48
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel X2.....	49
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Variabel Y	50
Tabel 4.9 Hasil Uji Realibilitas.....	52
Tabel 4.10 Hasil Analisis Deskriptif Traveloka.....	56
Tabel 4.11 Persepsi Responden terhadap <i>Usability</i>	58
Tabel 4.12 Persepsi Responden terhadap <i>Value</i>	56
Tabel 4.13 Persepsi Responden terhadap <i>Adoptability</i>	57
Tabel 4.14 Persepsi Responden terhadap <i>Desirability</i>	60
Tabel 4.15 Hasil Analisis Deskriptif <i>Direct Purchase</i>	62
Tabel 4.16 Persepsi Responden terhadap Tampilan Fisik	64
Tabel 4.17 Persepsi Responden terhadap Kepercayaan.....	65
Tabel 4.18 Persepsi Responden terhadap Daya Tanggap	66

Tabel 4.19 Persepsi Responden terhadap Jaminan	67
Tabel 4.20 Persepsi Responden Terhadap Kepedulian	68
Tabel 4.21 Hasil Analisis Deskriptif Keputusan Berkunjung	71
Tabel 4.22 Hasil Uji Homogenitas SPSS.25	72
Tabel 4.23 Hasil Uji Korelasi SPSS.25.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Sendratari Roro Jonggrang	38
Gambar 4.2 Website Sendratari Roro Jonggrang	38
Gambar 4.3 Aplikasi Traveloka di Google Play Store	39
Gambar 4.4 Fitur Diskon atau Promo	37
Gambar 4.5 Fitur Transaksi	41

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian

Lampiran 2 Kuisisioner

Lampiran 3 Hasil Data Kuisisioner Excel

Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel X SPSS.25

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y SPSS.25

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas SPSS.25

Lampiran 7 Data Responden Kuisisioner Excel

Lampiran 8 Realisasi Data Jumlah Pengunjung Sendratari Roro Jonggrang

Lampiran 9 Lembar Bimbingan Skripsi

ABSTRAK

Saat ini terdapat banyak aplikasi perjalanan untuk wisatawan salah satunya adalah aplikasi Traveloka yang mendukung rencana perjalanan seorang wisatawan. Aplikasi traveloka sering kali menjadi pedoman bagi seorang wisatawan dalam perjalanan wisatanya. Terlebih dalam hal pembelian tiket masuk objek wisata. Saat ini pembelian tiket masuk sebuah objek wisata banyak didominasi oleh pembelian media *online* termasuk aplikasi Traveloka dibandingkan dengan pembelian tiket melalui media *direct purchase* atau pembelian langsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara pembelian tiket melalui aplikasi Traveloka dan *direct purchase* terhadap keputusan berkunjung di Sendratari Roro Jonggrang dan juga untuk mengetahui apakah benar aplikasi Traveloka mendominasi pembelian tiket di Sendratari Roro Jonggrang dibanding pembelian tiket secara langsung.

Metode analisis yang digunakan adalah statistik inferensial yaitu analisis korelasi *pearson product moment* untuk menguji adanya hubungan antara 3 variabel yaitu variabel aplikasi Traveloka, variabel *direct purchase*, dan variabel keputusan berkunjung yang diwakili oleh jumlah pengunjung dengan menggunakan data sebanyak 80 responden yang dijadikan sampel penelitian. Pada penelitian ini juga dilakukan uji kelayakan instrumen yaitu uji validitas dan uji realibilitas. Penelitian ini juga menggunakan uji homogenitas untuk mengetahui variabel apa yang mendominasi. Setelah dilakukan beberapa teknik pengujian tersebut, penelitian ini mendapatkan hasil yang dapat menyatakan ada tidaknya hubungan dan kekuatan hubungan dari ke-3 variabel tersebut.

Berdasarkan hasil analisis uji korelasi dan uji hipotesis menunjukkan nilai *pearson correlation* = 0,843 pada variabel Traveloka dengan Keputusan Berkunjung, sedangkan pada variabel *Direct Purchase* dengan keputusan berkunjung didapati nilai sebesar -0,143 atau sangat lemah, kedua hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai hubungan variabel Traveloka dengan keputusan berkunjung positif dan hampir sempurna. Sedangkan nilai hubungan variabel *direct purchase* dengan keputusan berkunjung sangat lemah. Nilai *t* hitung pada variabel Traveloka dengan keputusan berkunjung ($13,864 > 1,980$) yang menyatakan bahwa ada hubungan yang signifikan dan sangat kuat. Dari pernyataan diatas dapat menunjukkan bahwa masing-masing H_0 ditolak dan H_A diterima, maka penelitian ini dapat dijadikan salah satu referensi bagi calon pengunjung di Sendratari Roro Jonggrang.

Kata kunci: aplikasi, Traveloka, *direct purchase*, keputusan berkunjung.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era globalisasi saat ini, sektor pariwisata merupakan industri terbesar dan terkuat dalam pembiayaan ekonomi Indonesia. Industri pariwisata kebal akan krisis global, disaat perekonomian global terpuruk, pertumbuhan pariwisata di Indonesia tetap tumbuh. Satu di antara pertumbuhan tersebut karena kontribusi penerimaan devisa Indonesia dari wisatawan mancanegara (wisman) sepuluh tahun terakhir berada pada kondisi yang sangat baik. Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 63 tahun 2004 menjelaskan tentang pengawasan dan pengendalian pariwisata pasal 1 ayat 1 yang berisikan definisi Pariwisata yakni “Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.” Oleh karena itu dalam rangka mendukung terwujudnya target dari Kementarian Pariwisata untuk meningkatkan penerimaan devisa Negara, maka Kementrian Pariwisata melakukan fokus pengembangan pariwisata Indonesia seperti menentukan beberapa pulau atau daerah yang menjadi destinasi unggulan di Indonesia.

Teknologi informasi yang mengembangkan internet perlahan-lahan mulai menggeser budaya pembelian tiket pesawat maupun tiket berkunjung ke sebuah obyek wisata dari cara konvensional menjadi lebih moderen. Kondisi ini telah

mengubah perilaku pengguna dengan mengurangi biaya dan menyediakan saluran baru untuk mendukung komunikasi. Melihat begitu pesatnya penggunaan media *online*, tidak menutup kemungkinan perusahaan menggunakan peluang tersebut agar memudahkan perusahaan untuk menjual barang atau jasa yang dijualnya. Salah satunya adalah penjualan tiket pesawat secara *online* yang disebut *e-ticketing*. *E-ticketing* adalah suatu proses pemesanan kebutuhan pembelian yang dapat dilakukan secara *online* dengan terhubung melalui *website* yang tersedia sehingga proses *e-commerce* berjalan seutuhnya (Kinanti dan Baridwan, 2013). Kini, dengan menggunakan *e-ticketing* para konsumen yang ingin membeli tiket lebih mudah karena tidak perlu datang ke tempat-tempat penjualan tiket pesawat.

Traveloka merupakan salah satu aplikasi penunjang perjalanan yang sedang naik daun di Indonesia (Margareta, 2017:2). Traveloka melakukan aktivitas pemasarannya melalui semua sudut peluang pemasaran yang ada, namun Traveloka melihat peluang pemasaran yang lebih besar di era digitalisasi ini, sehingga Traveloka menjagokan dirinya dengan memasarkan produknya melalui internet, atau lebih dikenal dengan istilah *Internet Marketing*. Traveloka melakukan pemasaran mulai dari sosial media (seperti *facebook*, *twitter*, *Instagram*), melauai situs-situs internet (seperti *google*, *youtube*), bahkan Traveloka.com berani untuk membayar lebih untuk dapat mempromosikan aplikasinya melalui aplikasi online lain (misalnya saat membuka aplikasi games, photo editor, dan lain-lain). Hal diatas membuat traveloka lebih mudah dikenal dan diingat oleh masyarakat karena intensitas pemasaran yang cukup ketat.

Melihat perkembangan teknologi sekarang, sudah ada beberapa aplikasi yang mempermudah wisatawan dalam berwisata, seperti Traveloka dibanding menggunakan atau pembelian langsung. PT. Taman Wisata Candi sudah bekerja sama dengan aplikasi Traveloka untuk media pembelian tiket. Karena kemudahan tersebut, wisatawan yang biasanya melakukan pembelian via *Direct Purchase* sekarang tidak sedikit yang memilih aplikasi sebagai media pendukung dalam berwisata.

Berdasarkan uraian diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul HUBUNGAN ANTARA PEMBELIAN TIKET TRAVELOKA DAN DIRECT PURCHASE DI SENDRATARI RORO JONGGRANG.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya mengenai perkembangan teknologi sekarang, sudah ada beberapa aplikasi yang mempermudah wisatawan dalam berwisata, seperti Traveloka dibanding menggunakan atau pembelian langsung. Karena alasan tersebut, wisatawan yang biasa melakukan pembelian melalui *Direct Purchase* sekarang tidak sedikit yang memilih aplikasi sebagai media pendukung dalam berwisata, maka peneliti membuat 2 rumusan masalah:

1. Adakah hubungan antara Traveloka dan Direct Purchase terhadap keputusan berkunjung di Sendratari Roro Jonggrang?
2. Apakah aplikasi Traveloka mendominasi pembelian tiket di Sendratari Roro Jonggrang?

C. Batasan Masalah

Agar penelitian ini dilakukan secara mendalam dan tidak keluar dari pembahasan, maka peneliti membatasi masalah dan yang akan dibahas yaitu hubungan antara pembelian tiket melalui aplikasi Traveloka dan melalui Direct Purchase terhadap keputusan berkunjung di Sendratari Roro Jonggrang.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan latar belakang di atas, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada hubungan antara Traveloka dan Direct Purchase terhadap keputusan berkunjung, dan apakah aplikasi Traveloka mendominasi pembelian tiket di Sendratari Roro Jonggrang.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat menjadi sarana memperkaya ilmu pengetahuan penulis terkait pengaruh aplikasi Traveloka terhadap minat berkunjung wisatawan.

2. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai landasan awal untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan pengaruh aplikasi Traveloka terhadap minat berkunjung wisatawan.

3. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah referensi daftar kepustakaan STP AMPTA Yogyakarta mengenai pengaruh aplikasi Traveloka terhadap minat berkunjung wisatawan.

4. Bagi PT. Taman Wisata Candi (Bag. Sendratari Roro Jonggrang)

Sebagai referensi untuk pengaruh aplikasi Traveloka terhadap minat berkunjung wisatawan di Sendratari Roro Jonggrang.