

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEUNTUNGAN YANG DIRASAKAN, DAN KUALITAS WEB PADA SIKAP KONSUMEN ATAS PEMBELIAN TIKET PESAWAT SECARA *ONLINE* DI TRAVELOKA

Oleh

Desvita Marsella

Traveloka ialah perusahaan yang menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat dan hotel secara *online* dengan fokus perjalanan di Indonesia dan luar negeri. Persaingan bisnis yang ketat antara penjualan tiket pesawat secara *online* di Indonesia, membuat Traveloka harus menindak lanjuti keluhan yang dirasakan oleh konsumen. Jika hal tersebut tidak cepat ditindak lanjuti ada kemungkinan konsumen akan beralih kepada pesaing. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor kepercayaan, keuntungan yang dirasakan, dan kualitas web pada sikap konsumen atas pembelian tiket pesawat secara *online* di Traveloka. Metode pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Kuesioner disebarluaskan secara *online* kepada 100 responden. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengujian instrumen, analisis regresi linier berganda, uji normalitas dan uji hipotesis dengan tingkat signifikansi $\alpha = 5\%$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepercayaan, keuntungan yang dirasakan, dan kualitas web bersifat positif dan signifikan terhadap sikap konsumen atas pembelian tiket pesawat secara *online* di Traveloka. Variabel terbesar yang mempengaruhi sikap konsumen atas pembelian tiket pesawat secara *online* di Traveloka ialah variabel keuntungan yang dirasakan, karena konsumen merasakan banyak keuntungan yang mereka dapatkan saat membeli tiket pesawat secara *online* di Traveloka.

Kata kunci: kepercayaan, keuntungan yang dirasakan, kualitas web, sikap konsumen dalam belanja *online*.

ABSTRACT

THE EFFECT OF TRUST, PERCEIVED BENEFITS, AND WEB QUALITY ON CONSUMER ATTITUDES ON PURCHASE AIRLINE TICKETS ONLINE AT TRAVELOKA

By

Desvita Marsella

Traveloka is a company that provides airline ticket and hotel booking services online with flights in Indonesia and foreign. Strict business competition between online ticket sales in Indonesia, making Traveloka must follow up the complaints felt by consumers. If it is not quickly followed up there is the possibility of consumers will switch to competitors. This study aims to determine the effect of trust factors, perceived benefits, and web quality on consumer attitudes on purchasing airline tickets online at Traveloka. Sampling method using non probability sampling with purposive sampling technique. The questionnaire was distributed online to 100 respondents. The method used in this research is multiple linear regression test, normality test and hypothesis test with significance level alpha = 5%. The results showed that the variables of trust, perceived benefits, and web quality are positive and significant to the attitude of consumers on purchasing airline tickets online at Traveloka. The biggest variable affecting consumers' attitude towards purchasing airline tickets online in Traveloka is the perceived benefits variables, because consumers feel the many benefits they get when buying airline tickets online at Traveloka.

Keyword: trust, percieved benefits, web quality, attitudes of consumers in online shopping