

ABSTRAK

PENGARUH KEPERCAYAAN, KEMUDAHAN, DAN MANFAAT YANG DIRASAKAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT MELALUI TRAVELOKA DI BANDAR LAMPUNG

Oleh
DINISANTIA RANGGA

Saat ini teknologi informasi dan komunikasi semakin berkembang dengan pesat. Perkembangan tersebut mempengaruhi kehidupan masyarakat luas serta mendorong manusia untuk melakukan aktifitas dengan cara-cara yang mudah, efektif dan efisien. Perkembangan teknologi dan perkembangan internet melahirkan perkembangan bisnis jaringan atau yang sering disebut dengan istilah belanja daring (*online shop*) yang lebih memudahkan konsumen mendapatkan barang atau jasa yang diinginkan, termasuk membeli tiket pesawat melalui aplikasi online yaitu Traveloka.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variabel kepercayaan, kemudahan, dan manfaat yang dirasakan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka di Bandar Lampung. Penelitian ini menggunakan metode *non-probability sampling* dengan tehnik *purposive sampling*. Populasi penelitian adalah konsumen Traveloka di Bandar Lampung yang pernah melakukan pembelian tiket pesawat di Traveloka minimal 3 kali. Uji validitas dan uji reliabilitas menggunakan faktor analisis dan *cronbach's alpha*. Analisis data menggunakan regresi linear berganda, pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji koefisien determinasi disesuaikan (*Adjusted R²*). Hasil analisis diperoleh bahwa kepercayaan, kemudahan dan manfaat yang dirasakan memiliki pengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiket pesawat melalui Traveloka, dengan nilai pengaruh terbesar yaitu variabel manfaat yang dirasakan.

Kata Kunci : *Kepercayaan, Kemudahan, Manfaat yang Dirasakan, Keputusan Pembelian, Perilaku Konsumen.*

ABSTRACT

THE EFFECT OF TRUST, EASE OF USE, AND PERCEIVED BENEFIT TO PURCHASE DECISION OF AIRPLANE TICKET THROUGH TRAVELOKA IN BANDAR LAMPUNG

By :
DINISANTIA RANGGA

Nowadays information and communication technology is growing rapidly. These developments affect the lives of the wider community and encourage people to carry out activities in easy, effective and efficient ways. The development of technology and the development of the internet caused the development of network business or often referred to as online shopping, which made it easier for consumers to get the desired goods or services, including buying airplane tickets through an online application, Traveloka.

The purpose of this study was to determine the effect of the variables of trust, convenience, and benefits felt on the decision to purchase flight tickets through Traveloka in Bandar Lampung. This study uses a non-probability sampling method with a purposive sampling technique. The study population was Traveloka consumers in Bandar Lampung who had purchased airline tickets at Traveloka at least 3 times. Validity test and reliability test is using analytical factors and cronbach's alpha. Data analysis using multiple linear regression, hypothesis testing using t test and adjusted coefficient of determination test (Adjusted R²). The results of the analysis showed that trust, ease of used, and perceived benefit have a positive effect on airline ticket purchase decisions through Traveloka, with the greatest influence value being the perceived benefit variable.

Keywords: Trust, Ease of Use, Perceived Benefits, Purchasing Decisions, Consumer Behavior.