



PENGARUH PERILAKU KONSUMEN APLIKASI TRAVELOKA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Linda¹, You She Melly Anne Dharasta S.E.,M.M.²

¹Program Studi Diploma IV Manajemen Transportasi Udara, lindahenoekk@gmail.com

²Program Studi Diploma IV Manajemen Transportasi Udara, You.She@sttkd.ac.id

Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan
Yogyakarta

ABSTRAK

In this era of globalization, shopping has become a part of people's lives. In the past, in fulfilling their needs, people had to come directly to the seller. But nowadays they can fulfill their needs by buying online. Changes in consumer behavior of course do not just happen, but there are things that influence it such as cultural, social, personal and psychological factors. This study aims to see the effect of consumer behavior on consumer satisfaction in buying airline tickets online on the traveloka.com site.

The method used in this study is a quantitative method with a simple regression analysis technique. Due to the Covid-19 pandemic, the questionnaire was distributed online via Google Form. In this study using 100 respondents as a sample.

The results show that consumer behavior has a significant influence on consumer satisfaction in buying airline tickets online on the Traveloka.com site. This can be seen from the calculation results of simple linear regression analysis, namely $Y = 4.335 + 0.272X$. These results indicate that the variable X (Consumer Behavior) has a positive effect on the variable Y (Consumer Satisfaction) with an effect of 33% and the remaining 67% is a contribution from other variables outside the variable consumer behavior.

Keywords: Consumer Behavior, Consumer Satisfaction, Traveloka.com

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Saat ini teknologi semakin berkembang dengan pesat. Adanya teknologi yang semakin berkembang akan dapat membantu mempermudah masyarakat dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh Asosiasi Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2016, data statistik pengguna internet terus mengalami pertumbuhan yang luar biasa dan jumlah pengguna internet telah mencapai 132,7 juta pengguna atau dapat dikatakan sudah melampaui setengah dari total penduduk di Indonesia yaitu sebesar 51,8%. Seiring dengan meningkatnya jumlah pengguna internet, hal tersebut juga memberikan dampak positif bagi perusahaan atau bisnis-bisnis yang menggunakan fasilitas internet. Dengan meningkatnya pengguna internet, akan mendorong perusahaan untuk terus tumbuh, berkontribusi, dan melakukan inovasi dengan perkembangan ekonomi di Indonesia.

Masyarakat tidak hanya melakukan pembelian kebutuhan sehari-hari secara online, di era digital seperti saat ini banyak masyarakat yang melakukan pembelian tiket pesawat, tiket kereta api, dan melakukan reservasi hotel secara online melalui situs-situs penjualan tiket pesawat dan hotel karena dinilai sangat mudah, cepat, dan praktis. Menurut Techinasia terdapat banyak perusahaan-perusahaan online yang menyediakan pembelian tiket pesawat dan booking hotel secara online dengan cepat dan praktis, diantaranya Traveloka, Mister Aladin, Tiket.com, NusaTrip, Pegi-peg.com, Agoda, Ezy Travel, Halal Trip, dan GoIndonesia (Techinasia.com). Konsumen sangat dimudahkan dengan adanya situs penjualan tiket pesawat dan hotel

secara online karena sangat efektif. Biasanya, konsumen melakukan pencarian informasi terlebih dahulu sebelum memesan tiket pesawat ataupun untuk booking hotel pada sebuah situs online.

Hal ini menjadi tantangan sendiri bagi Traveloka untuk dapat terus memberikan inovasi baru dan mempertahankan loyalitas konsumennya. Dalam penelitian (Supeno, 2018) Menyatakan kepuasan pelanggan (customer satisfaction) merupakan faktor yang sangat penting bagi keberlangsungan dan perkembangan perusahaan. Dari kepuasan pelanggan akan timbul kesetiaan pelanggan (customer loyalty) yang diharapkan oleh semua perusahaan. Berdasarkan uraian dan data di atas tersebut maka dalam penelitian ini peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Perilaku Konsumen Aplikasi Traveloka Terhadap Kepuasan Konsumen”.

1.2. Rumusan Masalah

Melihat permasalahan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu 1)Apakah terdapat pengaruh perilaku konsumen aplikasi traveloka terhadap kepuasan konsumen? 2)Seberapa besar pengaruh perilaku konsumen aplikasi traveloka terhadap kepuasan konsumen?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh perilaku konsumen aplikasi traveloka terhadap kepuasan konsumen dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku konsumen aplikasi traveloka terhadap kepuasan konsumen.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan, wawasan, dan informasi bagi penulis mengenai pengaruh perilaku konsumen traveloka terhadap kepuasan konsumen. Yang dimaksudkan adalah pelanggan Online Travel Agent Traveloka yang melakukan pemesanan tiket pesawat.

1.4.2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan masukan dalam setiap pengambilan keputusan, dalam memberikan pelayanan dan langkah- langkah kebijakan bagi Travel Agent Traveloka agar dapat semakin lebih baik dalam memeberikan pelayanan yang dapat menumbukan kepuasan konsumen.

1.4.3. Bagi Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan referensi pengetahuan dan sumber pengetahuana baru yang nantinya dapat berguna bagi akademis dan menjadi bahan perbandingan penelitian di masa yang akan datang.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Perilaku Konsumen

Bahwa perilaku konsumen juga dapat diartikan sebagai tindakan-tindakan yang dilakukan konsumen perorangan, kelompok maupun organisasi untuk menilai, memperoleh dan menggunakan barang-barang serta jasa melalui proses pertukaran atau pembelian yang diawali proses pengambilan keputusan yang menentukan tindakan- tindakan tersebut.

2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang sejenis. Sehingga, konsumen dapat mengetahui perbandingan tingkat kualitas pelayanan antara perusahaan A dan B.

2.3. Kepuasan Pelanggan

mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai sikap keseluruhan terhadap suatu barang atau jasa setelah perolehan (acquisition) dan pemakaiannya. Dengan kata lain, kepuasan pelanggan merupakan penilaian

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN APLIKASI TRAVELOKA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

evaluative purnabeli yang dihasilkan dari seleksi pembelian spesifik. Berbagai studi literatur menunjukkan bahwa salah satu defenisi yang banyak diacu dalam literatur pemasaran adalah defenisi berdasarkan disconfirmation paradigm Oliver, (1997) dalam Tjiptono, (2014).

2.4. Traveloka

Menurut Majalah SWA (2014) Traveloka merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan pemesanan tiket pesawat dan reservasi hotel secara online. Traveloka pertama kali didirikan oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma dan Albert yang pada awalnya hanya sebuah konsep untuk melihat dan membandingkan harga.

Traveloka memberikan berbagai kenyamanan kepada konsumen dengan sistem pemesanan tiket dan reservasi hotel yang cepat, pembayaran yang mudah dan aman, memberikan berbagai pilihan harga tiket dan hotel sehingga konsumen dapat memilih sesuai dengan budget dan keinginan. Selain itu Traveloka membuat blog yang memberikan informasi mengenai rekomendasi hotel, tempat wisata, paduan dan tips, kisah perjalanan, inspirasi dan berita terkait Traveloka. Berbagai pelayanan yang diberikan. Traveloka dimaksudkan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik terhadap konsumen sehingga diharapkan dapat memberikan kepuasan bagi konsumen yang berdampak pada minat pembelian ulang yang dilakukan oleh konsumen.

Indikator-indikator X Prilaku Konsumen

Indikator-indikator Y Kepuasan Konsumen

2.5. Hipotesis

Berdasarkan rumusan masalah yang peneliti tentukan, hipotesis dari penelitian ini yaitu:

Ho :Tidak terdapat pengaruh perilaku konsumen aplikasi traveloka terhadap kepuasan konsumen

H1 :Terdapat pengaruh perilaku konsumen aplikasi traveloka terhadap kepuasan konsumen

3. Metodologi

3.1. Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif berdasarkan informasi statistika. Pendekatan penelitian yang menjawab permasalahan penelitian memerlukan pengukuran yang cermat terhadap variable-variable dari objek yang diteliti untuk menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terlepas dari konteks waktu, tempat dan situasi.

Dapat disimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan suatu pendekatan di dalam penelitian untuk menguji hipotesis dengan menggunakan uji data statistik yang akurat. Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang disebutkan, penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengukur pengaruh perilaku konsumen pengguna Traveloka terhadap Kepuasan Konsumen.

3.2. Populasi Dan Sampel

3.2.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2016) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek, yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek atau subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen atau pengguna aplikasi Traveloka dengan total keseluruhan 50 orang responden

3.2.2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2017) merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jenis sampel yang digunakan dalam pengambilan data adalah non- probability sampling yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan peluang/kesempatan sama bagi setiap anggota populasi untuk

3.2.3. Instrument Penelitian

Dalam kuesioner terdapat rancangan pertanyaan yang secara logis berhubungan dengan masalah penelitian. Kuesioner menurut Sugiyono (2013) diukur dengan skala likert yaitu untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Skor untuk penilaian kuesioner dalam penelitian ini menggunakan skala likert.

Tabel 1. Skala Likert

Jawaban	Sekor	
Sangat Setuju	5	5
Setuju	4	4
Netral	3	3
Tidak Setuju	2	2
Sangat Tidak Setuju	1	

Sumber : Sugiyono, (2013).

3.3. Tehnik Pengumpulan Data

3.3.1. Kusioner

Penulis melakukan penyebaran kuesioner dimaksudkan untuk mendapatkan data umum mengenai konsumen, untuk mendapatkan data variable perspektif yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen Traveloka. Penyebaran kuesioner menggunakan pertanyaan semi terbuka, dimana pertanyaan yang disediakan pilihan jawabannya tetapi masih ada kemungkinan bagi responden untuk memberikan jawaban yang sesuai dengan keadaan pengguna.

3.3.2. Studi Kepustakaan

Penulis melakukan studi pustaka dengan mengumpulkan data literatur- literatur yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya pada buku ilmiah, jurnal dan lainnya.

3.4. Teknik Analisis Data

3.4.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur seberapa valid atau tidaknya suatu kuisoner. Jika pertanyaan atau pernyataan pada kuisoner dapat mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur kuisoner tersebut, maka kuisoner tersebut valid

3.4.2. Uji Realibilitas

Menurut Sugiyono (2016), uji realibilitas adalah menguji apakah hasil kuisoner dapat dipercaya atau tidak. Pengujian realibilitas instrumen dapat dilakukan secara eksternal maupun internal. Secara eksternal pengujian dapat dilakukan dengan test-retest (stability), equivalent, dan gabungan keduanya. Secara internal reliabilitas instrument dapat diuji dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrumen dengan teknik tertentu Perhitungan uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan analisis yang dikembangkan oleh Alpha Cronbach. Instrumen memiliki reliabilitas yang cukup memuaskan jika nilai koefisien yang diperoleh $> 0,60$.

3.4.3. Uji Hipotesis

Uji T digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variabel- variabel terikat (Sugiyono, 2013). Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh perilaku konsumen (X) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) pada pengguna situs traveloka.com.

3.4.4. Regresi Linear Sederhana

Analisis ini bertujuan mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Regresi digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas.

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN APLIKASI TRAVELOKA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Uji Analisis

4.1.1. Uji Validitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Item	R X,Y	R tabel	Sig 5%	Ket
Q1	,385	0,361	0,05	Valid
Q2	,786	0,361	0,05	Valid
Q3	,439	0,361	0,05	Valid
Q4	,428	0,361	0,05	Valid
Q5	,850	0,361	0,05	Valid
Q6	,987	0,361	0,05	Valid
Q7	,934	0,361	0,05	Valid
Q8	,947	0,361	0,05	Valid
Q9	,936	0,361	0,05	Valid
Q10	,721	0,361	0,05	Valid
Q11	,914	0,361	0,05	Valid
Q12	,893	0,361	0,05	Valid
Q13	,864	0,361	0,05	Valid
Q14	,834	0,361	0,05	Valid
Q15	,839	0,361	0,05	Valid

Dari data di atas diketahui nilai r hitung $>$ r tabel dan signifikansi $>$ 0,05, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat korelasi antar variabel atau semua item pernyataan adalah valid.

4.1.2. Uji Realibilitas

Tabel 4.2 Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	15

Berdasarkan tabel di atas diketahui ada *N of items* (banyaknya item atau butir pernyataan angket) ada 15 buah item dengan nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,919. Karena nilai Cronbach's Alpha 0,919 $>$ 0,60 maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji realibilitas dapat disimpulkan bahwa ke 15 atau semua item pernyataan angket untuk variabel "pengaruh perilaku pengguna aplikasi traveloka terhadap kepuasan konsumen" adalah reliabel atau konsisten.

4.1.3. Uji Hipotesis

Tabel 4.3 Uji T

Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.

	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	4,335	1,937		2,238	,026
perilaku konsumen	,272	,039	,574	6,853	,000

Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil uji T (parsial) antara variable Perilaku Konsumen (X) terhadap variable Kepuasan Konsumen (Y) menunjukkan nilai t hitung sebesar (6,853) dimana nilainya lebih besar dari T tabel (1,984) dan nilai signifikansi sebesar (0,000) lebih kecil dari nilai probabilitas (0,05) sehingga dapat disimpulkan bahwa H₁ diterima atau variabel Perilaku Konsumen (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

4.1.4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.4 Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,571(a)	,326	,323	1,182

Predictors: (Constant), perilaku konsumen Sumber : Peneliti 2022

Berdasarkan tabel 4.4 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (Kd) atau angka R Square (R²) adalah sebesar 0,330 atau 33% yang merupakan hasil dari penguadratan dari angka R dimana koefisien determinasi (0,571)² atau 0,571 x 0,571 yang menghasilkan 0,326 atau dalam presentase yaitu 33%. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh atau kontribusi antara variabel independen (X) yaitu Perilaku Konsumen terhadap variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Konsumen sebesar 33% dan sisanya yaitu 100% - 33% = 67% merupakan sumbangan atau kontribusi dari variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.1.5. Uji Regresi Sederhana

Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Sederhana Coefficients(a)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1 (Constant)	4,335	1,937		2,238	,026
perilaku konsumen	,272	,039	,571	6,853	,000

Dependent Variable: Kepuasan Konsumen Sumber : Peneliti 2022

Angka *Unstandardized Coefficients* B merupakan angka koefisien konstanta (a) adalah (4,335) dan angka koefisien regresi (b) untuk variabel Perilaku Konsumen (X) sebesar (0,272) sehingga diperoleh bentuk persamaan regresi linier sederhana

4.2. Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis dengan perhitungan analisis regresi sederhana menggunakan Program Statistical Product Service Solution (SPSS) for Windows Release 15.0 sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 4,335 + 0,272 X$. Persamaan tersebut sesuai dengan persamaan 1 (satu) dalam Bab iii analisis data yaitu $Y = a + bX$, dimana Y merupakan variabel terikat (Kepuasan Konsumen), a dalam persamaan tersebut yaitu nilai konstanta, b dalam persamaan tersebut yaitu nilai koefisien regresi untuk variabel bebas (X). Bentuk persamaan regresi sederhana tersebut memberikan pernyataan bahwa perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan tabel 4.3 dalam uji T bahwa nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ atau hasil uji signifikansi lebih kecil dari nilai signifikansi yang berarti H₁ diterima. Jadi secara parsial dapat disimpulkan bahwa variabel Perilaku

Konsumen (X) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y).

PENGARUH PERILAKU KONSUMEN APLIKASI TRAVELOKA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Berdasarkan hasil hipotesis yang telah diterima bahwa adanya pengaruh Perilaku Konsumen Pengguna Aplikasi Traveloka terhadap Kepuasan Konsumen. Maka untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dapat dilihat pada tabel 4.5 yang menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,330 kemudian menggunakan koefisien determinasi (Kd) atau angka R square (R²) yang akan dihasilkan dalam persentase berikut ini : $Kd = R^2 \times 100\%$

$$= (0,330)^2 \times 100\%$$

$$= 0,1089 \text{ atau } 10,89\%$$

Hasil di atas dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh variabel independen (X) yaitu Perilaku Konsumen terhadap variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Konsumen sebesar 10,89% dan selebihnya yaitu 89,11% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen melakukan pembelian dipengaruhi oleh faktor pribadi mereka masing-masing. Faktor pribadi tersebut terdiri atas motivasi, persepsi, pembelajaran atau pengalaman responden saat memutuskan untuk melakukan pembelian tiket pesawat secara online pada situs Traveloka.com.

Berdasarkan hasil kuisioner kebanyakan responden membeli tiket pesawat pada situs Traveloka.com karena kemudahan dan serta pelayanan yang cepat, hal tersebut menimbulkan loyalitas konsumen sehingga konsumen merasa puas dan selanjutnya konsumen akan melakukan pembelian berulang. Sebelum melakukan pembelian konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek mereka terlebih dahulu, setelah mengenali masalah selanjutnya adalah mengevaluasi alternatif- alternatif tersebut apakah dapat menyelesaikan masalah yang ada. Faktor pribadi menjadi faktor yang sangat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian karena faktor pribadi merupakan faktor dasar sebelum konsumen mengambil keputusan pembelian. Dengan kata lain faktor pribadi menjadi penentu apakah keputusan sebelum membeli tersebut sesuai dengan konsumen. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa perilaku konsumen yang terdiri dari faktor budaya, sosial, psikologis dan pribadi terhadap kepuasan konsumen pembelian tiket pesawat secara online pada situs Traveloka.com memiliki pengaruh yang tidak cukup signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dapat dilihat dari hasil uji koefisien determinasi yang menunjukkan bahwa pengaruh yang diberikan hanya sebesar 10,89%.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Terdapat pengaruh Perilaku Konsumen Aplikasi Traveloka terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana, yaitu $Y = 4,335 + 0,272X$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X (Perilaku Konsumen) berpengaruh positif terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen) dan Pengaruh Perilaku Konsumen Aplikasi Traveloka terhadap Kepuasan Konsumen memiliki pengaruh sebesar 10,89% dan sisanya sebesar 89,11% merupakan sumbangan dari variabel lain di luar variabel perilaku konsumen

5.2. Saran

Dapat digunakan sebagai masukan bagi Traveloka.com untuk meningkatkan kualitas pelayanan karena dengan meningkatkan kualitas pelayanan yang secara langsung dapat mempengaruhi perilaku konsumen terhadap kepuasan konsumen dalam pembelian tiket pesawat secara online pada situs Traveloka.com.

Diharapkan mampu meneliti lebih baik tentang pengaruh Perilaku Konsumen Aplikasi Traveloka terhadap Kepuasan Konsumen sehingga diperoleh hasil yang lebih baik serta menambah variabel lain yang belum diteliti.