KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

BAB I

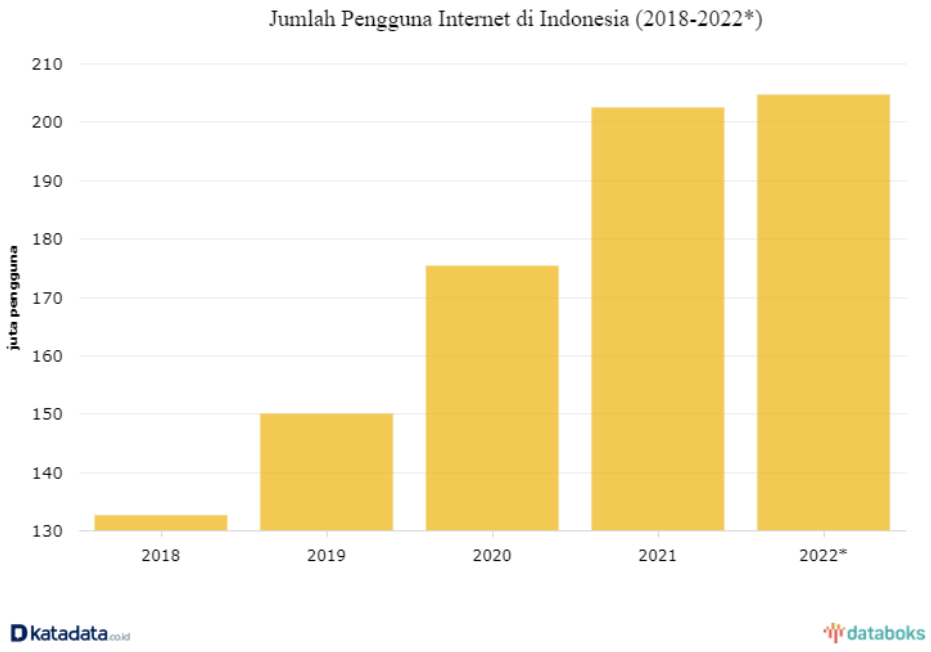
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seperti yang kita ketahui, Internet telah menjadi salah satu teknologi yang sering digunakan sehari-hari. Internet merupakan sarana yang dipergunakan untuk berbagai macam aktivitas seperti komunikasi, mencari informasi, transaksi ,dan lainnya. Seiring perkembangan teknologi yang pesat , pengguna internet juga semakin banyak dari tahun ke tahun. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil survei *We Are Social*, terdapat 204,7 juta pengguna internet di Tanah Air per Januari 2022 .

Gambar 1. 1

Jumlah Pengguna Internet Di Indonesia (2018-2022)



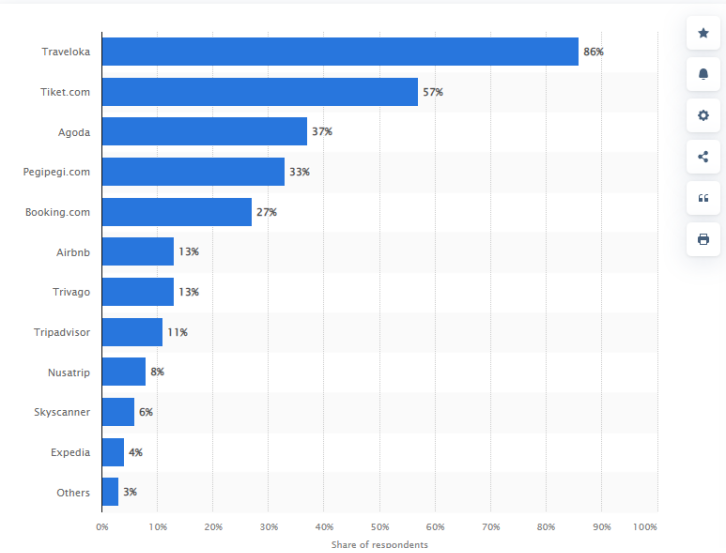
Sumber : Databooks.katadata.co.id (2022)

Berdasarkan data tersebut dapat diketahui bahwa tren jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat selama lima tahun terakhir. Jika kita bandingkan dengan tahun 2018, jumlah pengguna internet nasional sudah melonjak sebesar 54,25%.

Dengan berkembamgnya teknologi yang semakin pesat dan pengguna internet yang terus bertambah dari tahun ke tahun menjadikan bisnis berbasis aplikasi menjadi banyak bermunculan di Indonesia dan memberikan kemudahan bagi manusia dari berbagai sektor, salah satunya adalah sektor pariwisata. Teknologi sangat memberikan kemajuan dan inovasi, yang tadinya jika ingin memesan hotel, tiket pesawat, tiket kereta api harus secara offline atau memesan langsung dengan proses datang ke tempat yang bersangkutan . Sekarang dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat, kita bisa memesan tiket pesawat, tiket kereta, dan hotel melalui aplikasi *Online Travel Agent* (OTA). Serta kita bisa mendapatkan berbagai macam promosi dengan menggunakan aplikasi *Online Travel Agent* (OTA) tersebut.

Gambar 1. 2

Agen Perjalanan Online Terpopuler Di Indonesia November 2020



Sumber : Statista.com (2021)

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh *Rakuten Insight* terhadap agen perjalanan online di Indonesia yang dilakukan pada novemeber 2020, menyatakan bahwa 86% responden paling banyak menggunakan Traveloka dalam hal perencanaan perjalanan mereka . Disusul di peringkat kedua oleh Tiket.com dengan perolehan 57% dan peringkat ketiga oleh Agoda dengan 37%.

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Dengan banyaknnya aplikasi *Online Travel Agent* yang tersedia, pasti menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Karena adanya keadaan tersebut, setiap layanan *Online Travel Agent* harus bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap layanan mereka. Apabila tidak bisa mempengaruhi keputusan pembelian maka akan terjadi penurunan dalam hal tersebut dan berdampak pada keberlangsungan layanan tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:177), keputusan pembelian adalah keputusan konsumen dalam membeli merek yang paling disukai.

Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yaitu kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan. Karena persaingan yang semakin ketat, kualitas layanan yang baik menjadi tuntutan bagi konsumen pada layanan *Online Travel Agent* yang dipilih. Oleh karena itu setiap layanan *Online Travel Agent* harus menjaga kualitas layanan mereka harus lebih baik dari saingan dan dapat memenuhi harapan konsumen. Menurut Kotler dan Armstrong (2018:244), Kualitas layanan merupakan bentuk produk yang terdiri dari manfaat, kegiatan, atau kepuasan yang ditawarkan dan tidak berwujud. Jika kinerja yang diterima sejalan dengan harapan pelanggan sesuai dengan kualitas yang diterima atau dirasakan oleh pelanggan, kualitas kinerja dianggap kualitas yang ideal, begitu juga sebaliknya jika kinerja yang diterima atau dirasakan kurang dari yang diharapkan makan kualitas layanan dianggap rendah. (https://adalah.co.id/kualitas-pelayanan/)

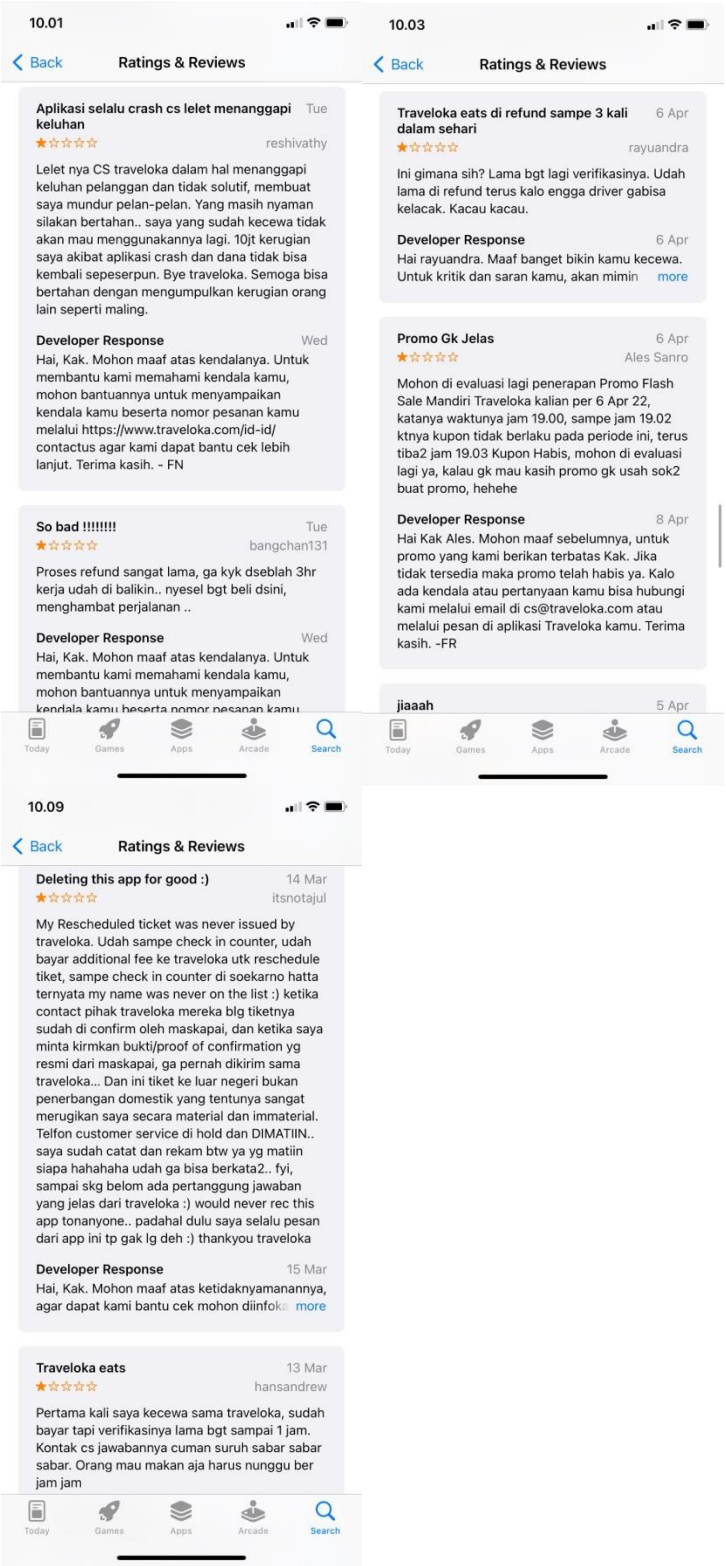
Maka dari itu kinerja dari *Online Travel Agent* harus maksimal, sehingga dapat memberikan kepuasan untuk konsumen mereka. Apabila terdapat kualitas layanan perusahaan yang kurang baik, maka keputusan pembelian konsumen dapat menurun, Dalam hal ini, peneliti masih menemukan beberapa masalah dari pengguna Traveloka terkait dengan Traveloka di *App Store*, seperti fitur *PayLater* yang tidak berfungsi,

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

terkait *refund* yang sangat lama dan hanya menerima *refund* sebesar 75%, *voucher* yang tidak bisa digunakan, dan masih banyak lagi.

Gambar 1. 3

Tangkapan Layar Keluhan Konsumen pada Aplikasi Traveloka di *App Store*



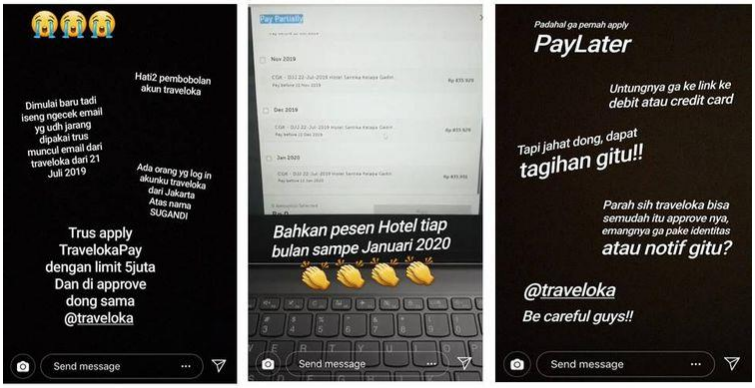
KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Sumber : *App Store* (2022)

Berdasarkan tangkapan layar di atas, dapat dilihat bahwa Traveloka mendapatkan berbagai ulasan yang menyatakan bahwa pelayanan dari Traveloka tidak membantu dalam menyelesaikan masalah yang sering dialami oleh konsumen, prosedur *refund* yang sangat lama dan promo tidak bisa digunakan dan masih banyak lagi. Berdasarkan ulasan tersebut, tentu saja dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Gambar 1. 4

Tangkapan Layar Bukti Pembobolan Akun Traveloka



Sumber: Travel.kompas.com (2019)

Pada bulan Juli tahun 2019 Traveloka dilaporkan mengalami pembobolan akun pada salah satu konsumen. Bermula disaat konsumen berinisial MY membuka *e-mail* yang sudah jarang dipakai, dan terlihat ada seseorang atas nama Sugandi login menggunakan akun MY dan *apply* Traveloka *Pay* dengan limit 5 juta dan di *approve* oleh pihak Traveloka. Lalu pembobol tersebut melakukan pemesanan tiket *soundfast*, pemesanan tiket pesawat dari Jakarta menuju Jayapura, melakukan pemesanan hotel

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dan berusaha menghabiskan limit tersebut. MY bersyukur tidak mengalami kerugian karena tidak menghubungkan akunnya ke debit atau *credit card* serta *apply PayLater*.

Selain promosi, strategi merk juga merupakan salah satu strategi untuk menarik konsumen dalam menggunakan suatu layanan . Dalam kasus di atas, Traveloka bisa dikatakan memiliki citra yang buruk dikarenakan lalai dalam menjaga data-data maupun keamanan konsumen sehingga kasus tersebut muncul di masyarakat dan dapat membuat keputusan pembelian pada aplikasi tersebut bisa menurun. Menurut Shimp dan Andrews (2018:32) Citra merek adalah suatu asosiasi yang terpikirkan dalam benak ketika orang berpikir tentang mengenai merek tertentu.

Berdasarkan pengertian Citra Merek yang dikemukakan oleh ahli di atas maka dapat disimpulkan bahwa sebuah perusahaan harus memiliki citra merek yang baik dan kuat di kalngan konsumen, karena citra merek merupakan *Intangible Assets* yang dimiliki oleh perusahaan. Disaat perusahaan sudah memiliki citra merek yang kuat di masyarakat maka secara tidak langsung perusahaan tersebut akan dapat bersaing dan bertahan lama di pasar dan bisa mempengaruhi keputusan pembelian konsumen untuk menggunakan aplikasi tersebut.

Dengan banyaknya layanan *Online Travel Agent* di Indonesia, seperti Tiket.com, Agoda , pegipegi.com, dan masih banyak lagi. Membuat persaingan di bidang *Online Travel Agent* tersebut berlomba-lomba untuk memberikan kualitas layanan yang terbaik. Terjaminnya data privasi konsumen dan bisa memberikan informasi produk dengan baik dan jelas, maka konsumen bisa memiliki kepercayaan terhadap merek tersebut dan kualitas pelayanan menjadi faktor yang penting untuk terwujudnya keputusan pembelian. Dengan demikian, jika perusahaan memiliki pelayanan yang baik dan memiliki reputasi yang baik, akan menimbulkan kepercayaan kepada

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

konsumen, maka konsumen pun akan mempertimbangkan untuk menggunakan layanan aplikasi tersebut .

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti mengidentifikasi beberapa masalah yaitu sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi di Traveloka ?
3. Bagaimana keputusan pembelian konsumen di Traveloka ?

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, penelitian yang akan dilakukan peneliti memiliki batasan-batasan sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka ?
2. Apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi di Traveloka ?

D. Batasan Penelitian

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Batasan penelitian yang ditetapkan peneliti untuk penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Objek penelitian ini adalah kualitas layanan , citra merek , dan keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka .
2. Subjek penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan aplikasi Traveloka lebih dari satu kali .
3. Wilayah penelitian ini dilakukan di Jakarta .
4. Periode penelitian dimulai dari bulan April 2022 sampai dengan Agustus 2022

E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang peneliti uraikan diatas , maka rumusan masalah penelitian ini adalah : “Apakah kualitas layanan dan citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka di Jakarta ?”

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas , maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui kualitas layanan terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka di Jakarta .
2. Untuk mengetahui citra merek terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka di Jakarta .

G. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis dan teoritis sebagai berikut :

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Manfaat Praktis

a. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi perusahaan supaya dapat memperbaiki kinerja sehingga bisa menerapkan strategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka di Jakarta.

2. Manfaat Teoritis

a. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan bisa menambah pengetahuan dan wawasan mengenai kualitas layanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian pada aplikasi Traveloka di Jakarta .

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian ini dan bisa mengembangkan penelitian ini di masa yang akan datang , khususnya mengenai kualitas layanan , citra merek , dan keputusan pembelian .

KWIK KIAN GIE SCHOOL OF BUSINESS
Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)
Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.