

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Pertumbuhan dan perkembangan teknologi saat ini dapat mempengaruhi pola pikir masyarakat di dalam melakukan pekerjaannya. Sebagian besar masyarakat memilih alternatif yang lebih cepat untuk membantu mereka menyelesaikan pekerjaannya. Salah satu dari dampak perkembangan teknologi tersebut adalah tingginya pemanfaatan smartphone untuk melakukan berbagai jenis kegiatan dan bisnis. Ditambah dengan dukungan dari jaringan internet yang semakin memudahkan masyarakat melakukan berbagai aktivitasnya.

Di era globalisasi ini berbelanja menjadi bagian dari kehidupan masyarakat, yang sebelumnya masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya harus pergi ke tempat dan bertemu langsung dengan penjualnya. Tetapi pada saat ini masyarakat bisa melakukan kegiatan belanja tanpa harus pergi ketempatnya dan bertemu dengan penjualnya. Berbagai macam barang bisa didapatkan secara online seperti pakaian, makanan, kebutuhan sehari-hari bahkan pembelian tiket pesawat dan pemesanan hotel. Hal ini menunjukkan bahwa pemasaran secara online memiliki peluang yang cukup besar untuk berkembang.

Perkembangan teknologi juga memiliki peran dalam perkembangan e-commerce di Indonesia. E-commerce sendiri menawarkan kemudahan yang menyebabkan masyarakat menggunakannya sebagai alternatif dalam memenuhi kebutuhan mereka. Perkembangan e-commerce banyak dimanfaatkan oleh berbagai

perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa mereka. Banyak sekali situs yang menyediakan pembelian tiket secara online seperti Tiket.com, Traveloka.com, pegipegi.com, Misteraladin.com dan lain sebagainya. Dari sekian banyak perusahaan yang menyediakan ticket online booking adalah Traveloka.com. Pada survei Top Brand Award 2016-2018 situs ticket online booking yang menempati urutan pertama adalah Traveloka.

PT Trinus Travelindo atau lebih familiar dengan nama Traveloka adalah perusahaan yang menyediakan layanan pemesanan tiket pesawat dan hotel secara online. Traveloka bekerja sama dengan lebih dari 100 maskapai domestik dan internasional. Traveloka melayani lebih dari 200.000 rute penerbangan ke seluruh dunia melalui situsnya [www.traveloka.com](http://www.traveloka.com). Traveloka menyediakan layanan pemesanan tiket perjalanan seperti pesawat dan kereta api serta pemesanan hotel secara online. Seiring berkembangnya kebutuhan masyarakat di Indonesia, Traveloka juga menyediakan pemesanan tiket masuk tempat rekreasi, rental mobil, internet luar negeri, transportasi bandara, kereta bandara, hotel luar negeri, pesawat luar negeri, hiburan dan kebutuhan rutin seperti kuliner, bioskop, spa dan kecantikan, tagihan dan isi ulang, pulsa dan paket internet. (<https://www.traveloka.com/id-id/about-us>)

American Marketing Association dalam Peter dan Olson (2013) mendefinisikan perilaku konsumen (consumer behavior) sebagai dinamika interaksi antara pengaruh dan kesadaran, perilaku, dan lingkungan tempat manusia melakukan pertukaran aspek-aspek kehidupan. Dengan kata lain, perilaku konsumen melibatkan pemikiran dan perasaan yang mereka alami serta tindakan yang mereka lakukan. Menurut Maherni (2016), Konsumen memerlukan pemikiran yang matang dalam

mengambil keputusan pembelian dengan membandingkan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen tersebut.

Menurut Kotler dan Keller (2012), faktor yang memengaruhi perilaku konsumen adalah budaya, sosial, pribadi, dan psikologis. Faktor tersebut merupakan dasar penentu seseorang melakukan pembelian. Dari uraian di atas sudah jelas bahwa faktor-faktor tersebut memiliki peran terhadap pembentukan preferensi konsumen terhadap keputusan pembelian barang atau jasa baik secara offline atau online.

Penelitian ini menggunakan Traveloka sebagai objek karena ingin mengetahui apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara online. Dari uraian di atas penulis bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.Com

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara online pada situs Traveloka.com ?
2. Seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara online pada situs Traveloka.com?

### **C. Batasan Masalah**

Pembahasan suatu masalah digunakan untuk menghindari penyimpangan maupun pelebaran pokok masalah agar penelitian tersebut lebih terarah dan memudahkan pembahasan sehingga tujuan penelitian akan tercapai. Batasan dalam penelitian ini adalah perilaku konsumen dalam mengambil keputusan pembelian tiket pesawat secara online pada situs Traveloka.com dan seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara online pada situs Traveloka.com

### **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui apakah perilaku konsumen mempengaruhi keputusan pembelian tiket secara online pada situs Traveloka.com.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara online pada situs Traveloka.com

### **E. Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat antara lain :

1. Bagi Penulis

Menambah wawasan mengenai perilaku konsumen serta faktor-faktor yang dapat mempengaruhi seseorang dalam melakukan pembelian secara online.

2. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan yang membangun guna sebagai informasi untuk perkembangan lebih lanjut bagi perusahaan.

3. Bagi Peneliti Berikutnya

Dapat dijadikan bahan pertimbangan atau dikembangkan lebih lanjut, serta menjadi referensi terhadap penelitian yang sejenis.

## **F. Sistematika Penulisan**

Setiap penelitian diperlukan sistematika sebagai pedoman agar pelaksanaan penelitian tidak menyimpang dari permasalahan yang ada seta mudah dimengerti dan dipahami oleh pembaca.

Sistematika yang digunakan pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini mengemukakan pendahuluan yang terdiri dari atas latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan masalah, manfaat penelitian, serta sistematika penelitian.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini mengemukakan teori tentang perilaku konsumen, keputusan pembelian, proses keputusan pembelian dan situs atau WWW. Bab ini juga mengemukakan tentang penelitian yang relevan, hipotesis dan kerangka pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Bab ini berisikan cara penelitian atau metodologi penelitian, yang terdiri dari desain penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, seta teknik analisis data yang akan digunakan.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan hasil dari penelitian yang dilakukan disertai pembahasan mengenai penelitian tersebut.

## **BAB V PENUTUP**

Mengemukakan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan, dan dari kesimpulan tersebut menghasilkan suatu data terbaru untuk selanjutnya digunakan sebagai masukan atau saran kepada objek penelitian secara khusus dan sebagai rujukan bagi pihak lain yang memerlukannya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

