

ABSTRAK

Bergesernya cara reservasi tiket melalui situs reservasi tiket *online*, memberikan kemudahan bagi wisatawan atau calon wisatawan dalam memperoleh lebih banyak pilihan informasi produk pariwisata. Terkait hal tersebut, situs reservasi tiket *online* terbaik seperti, Tiket, Traveloka, Pegipegi, tiket2, dan Nusa trip saling bersaing untuk memberikan layanan terbaik bagi para penggunanya. Melihat situasi dan kondisi tersebut, persaingan perusahaan *online travel agent* melalui situs reservasi tiket *online* saat ini sangatlah kompetitif dengan adanya persaingan tersebut maka penelitian *positioning* produk dianggap penting untuk mengetahui seperti apa preferensi yang mempengaruhi pengguna dalam memilih situs reservasi tiket *online*.

Melalui penelitian ini, akan dilakukan pemetaan *positioning* situs reservasi tiket online terhadap atribut *web design, personalization, trust, reliability, responsiveness, website functionality, information quality, courtesy, dan security* berdasarkan persepsi konsumen di Indonesia.

Metode pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada 385 responden yang pernah menggunakan situs Traveloka, Tiket, Tiket2, Pegipegi, dan Nusatrip. Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan *software* SPSS dengan teknik analisis menggunakan *multidimensional scaling*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa situs Traveloka unggul pada setiap atribut yang digunakan dengan menempati peringkat pertama, kemudian pada peringkat kedua ditempati oleh situs Tiket, peringkat ketiga ditempati oleh situs Pegipegi, peringkat keempat ditempati oleh situs Nusatrip, dan pada peringkat kelima ditempati oleh situs Tiket2.

Saran yang dapat diberikan kepada situs Traveloka adalah agar dapat mempertahankan keunggulannya secara konsisten pada setiap atribut yang digunakan dalam penelitian ini, kepada situs reservasi tiket *online* lain agar meningkatkan kualitas pelayanan pada atribut *website functionality, website design, reliability, responsiveness, trust dan information quality* mengingat bahwa atribut *website functionality* dan *information quality* merupakan faktor yang paling penting dalam mengevaluasi pelayanan *e-travel* dan atribut *website design, reliability, responsiveness, dan trust* merupakan atribut yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan dan mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam layanan elektronik.

Kata Kunci: *Positioning; MDS; Persepsi; E-Commerce; E-Servqual.*