

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi saat ini sudah berkembang dengan pesat, hal tersebut dapat dilihat dari pertumbuhan pengguna internet, tak terkecuali pada negara Indonesia. Pertumbuhan internet di negara Indonesia semakin meningkat, hal tersebut menunjukkan bahwa teknologi pada saat ini merupakan suatu kebutuhan masyarakat Indonesia untuk mempermudah segala proses pekerjaan, termasuk dalam urusan transportasi dan perjalanan.

Fenomena tersebut membuat saat ini semakin banyak muncul kemajuan teknologi internet layanan *Online Travel Agent* baik melalui *website* maupun aplikasi untuk menunjang masyarakat dalam reservasi tiket perjalanan. Traveloka merupakan salah satu situs layanan *Online Travel Agent* yang sedang populer di kalangan masyarakat Indonesia, dilihat dari jumlah unduhan, *rating*, serta penilaian pada *Google Playstore* maupun *IOS Appstore*. Selain itu DailySocial mengadakan survey mengenai OTA (*Online Travel Agent*) yang digunakan oleh konsumen, hasilnya adalah Traveloka memiliki jumlah yang lebih banyak atau besar penilaiannya dibandingkan OTA yang lainnya. Hal tersebut menjadikan penulis bertujuan melakukan penelitian untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang membentuk konsumen menggunakan layanan *Online Travel Agent* melalui Traveloka.

Penelitian ini menggunakan sepuluh variabel yang diambil dari penelitian terdahulu yaitu *Information Quality*, *Service Quality*, *System Quality*, *Perceived Convenience*, *Perceived Value*, *Perceived Merchandise*, *Customer's Satisfaction in E-Commerce*, *Trust*, *Harga*, *Ease of Use*. Penelitian ini termasuk ke dalam kategori penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode analisis faktor, dengan jumlah responden sebanyak 385 yang merupakan masyarakat Indonesia yang sudah pernah menggunakan layanan *Online Travel Agent* melalui Traveloka untuk reservasi tiket perjalanan, pengambilan sample tersebut dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Hasil dari penelitian ini terbentuk 4 (empat) faktor, *Information and System Quality* nilai loading faktor sebesar 0,842 dan kontribusi sebesar 51,318%, Kepuasan Penggunaan Produk nilai loading faktor sebesar 0,755 dan kontribusi sebesar 6,595%, *Service Quality* nilai loading faktor sebesar 0,843 dan kontribusi sebesar 4,558%, dan Kesesuaian Harga nilai loading faktor sebesar 0,865 dan kontribusi sebesar 3,914%. Faktor yang terkonfirmasi sama dengan penelitian sebelumnya adalah *Information and System Quality* dan *Service Quality*.

Berdasarkan hasil tersebut disimpulkan bahwa faktor yang paling dominan dalam penelitian faktor apa saja yang membentuk konsumen menggunakan layanan *Online Travel Agent* melalui Traveloka adalah faktor *Information and System Quality*.

Kata Kunci: *Online Travel Agent*, Traveloka, Analisis Faktor