

ABSTRAK

Perkembangan era digital yang diikuti dengan banyaknya jumlah pengguna internet menciptakan peluang salah satunya dalam dunia bisnis, yang ditandai dengan munculnya berbagai macam *e-commerce* di dunia khususnya di Indonesia. Peluang tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal untuk kebutuhan traveling.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas *website* terhadap sikap pengunjung dan minat berpartisipasi dalam *online co-creation* pada *website* Traveloka sebagai *e-commerce* terpopuler di Indonesia dengan jumlah pengunjung *website* tertinggi.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan mengumpulkan data hasil kuesioner menggunakan sampel sebanyak 412 responden dengan teknik *random sampling* dari populasi pengunjung *website* Traveloka yang pernah mengunjungi dan melakukan transaksi di *website* Traveloka yang dianalisis menggunakan teknik analisis jalur (*path analysis*) dan diolah menggunakan *software* statistik SPSS 26.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas *website* terhadap sikap pengguna untuk variabel *ease of use*, *interactivity*, dan *web design*, terdapat pengaruh antara sikap pengguna terhadap minat *online co-creation*, serta terdapat pengaruh antara kualitas *website* terhadap *co-creation* untuk variabel *interactivity* dan *web design*.

Keterbatasan dalam penelitian ini adalah waktu pengumpulan data yang singkat sehingga peneliti mendapatkan responden yang tidak merata sehingga peneliti menyarankan untuk lebih menyebarkan ke kota-kota lain yang ada di seluruh Indonesia, selain itu instrumen yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner, peneliti menyarankan penelitian selanjutnya melakukan wawancara tatap muka untuk memperoleh jawaban yang lebih mendalam serta masukan dari responden, penelitian ini juga belum komprehensif karena hanya melihat pengaruh terhadap *co-creation* perusahaan Traveloka dari segi kualitas *website* melalui sikap pengguna, maka untuk kebutuhan penelitian selanjutnya jika berminat meneliti menggunakan pendekatan output dapat meneliti dari segi produk atau jasa yang dihasilkan.

Kata Kunci: *co-creation*, *ease of use*, *interactivity*, kualitas *website*, Traveloka, sikap, *web design*.