

Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi E-Loyalty Pelanggan: Studi Kasus Triptrus.com = Analysis of Factors Influencing Customer's E-Loyalty: Case Study of Triptrus.com

Gilang Ginanjar Ronsana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20468399&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor industri yang berkembang pesat di dunia. Di Indonesia, pada tahun 2015 pariwisata menjadi sektor penyumbang devisa terbesar ke empat yang menunjukkan pentingnya sektor ini. Perkembangan teknologi yang pesat dapat memberikan kemudahan dan inovasi dalam memasarkan pariwisata secara online yang biasanya disebut dengan e-Tourism. Triptrus.com adalah sebuah marketplace pariwisata yang menawarkan paket wisata bagi para traveller. Namun terdapat kondisi berupa penurunan dari peningkatan pertumbuhan member dan Trip Operator, lalu kecilnya persentase pelanggan yang melakukan pengulangan pembelian, sedangkan perusahaan memiliki rencana untuk pengadaan fitur berbayar/ fitur premium bagi Trip Operator sehingga akan menjadi tantangan bagi Triptrus dalam menjaga loyalitas konsumen khususnya loyalitas online/ e-loyalty dari wisatawan yaitu terkait niat atau kecenderungan pelanggan untuk mengunjungi dan membeli kembali di situs Triptrus.com. Kerangka pemikiran dari penelitian ini mengadopsi model e-service quality beserta antecedent dari e-loyalty. Sedangkan analisis data menggunakan PLS-SEM dengan alat bantu SmartPLS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa e-loyalty pelanggan Triptrus.com dipengaruhi oleh e-service quality melalui e-perceived value dan e-trust.

ABSTRACT

Tourism is a rapidly growing industrial sector in the world. In 2015, in Indonesia, tourism was the fourth largest foreign exchange contributor in the country and this shows how important the sector is. Rapid development in technology is able to provide convenience and innovation in marketing tourism online which also called e tourism. Triptrus.com is a tourism marketplace which offers travel packages for travelers. However, there is a decrease of growth in member and Trip Operator and yet small percentage of customer repeating order, while the company has planned to procure paid features premium features for Trip Operators which can be a challenge for Triptrus.com in maintaining customer loyalty, especially online loyalty e Loyalty of customers which related with intention or tendency to visit and repurchase a trip package on Triptrus.com site. The framework of this study is adopting the e Service Quality model along with the antecedents of e Loyalty. Meanwhile, the data analysis is using PLS ndash SEM with SmartPLS tools. The result of this study indicates that Triptrus.com customer e Loyalty is influenced by e Service Quality through e Perceived Value and e Trust.