

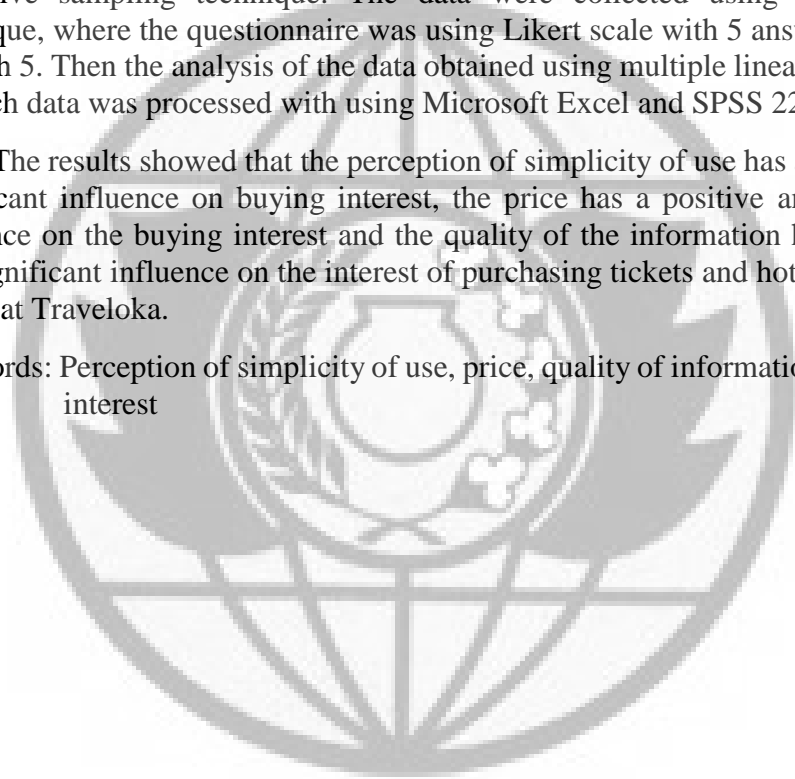
ABSTRACT

The purpose of this research is to know the influence of perception of simplicity of use, price and quality of information to the interest of buying ticket in online ticket of Traveloka.

This research is a quantitative research with comparative causal data analysis, the respondents who got studied in this research amounted to 100 people as the students of STIESIA Surabaya who have purchased tickets and hotel reservation online in Traveloka that obtained by using non-probability method sampling with purposive sampling technique. The data were collected using questionnaire technique, where the questionnaire was using Likert scale with 5 answer choices 1 through 5. Then the analysis of the data obtained using multiple linear analysis and research data was processed with using Microsoft Excel and SPSS 22 Software.

The results showed that the perception of simplicity of use has a positive and significant influence on buying interest, the price has a positive and significant influence on the buying interest and the quality of the information has a positive and significant influence on the interest of purchasing tickets and hotel reservation online at Traveloka.

Keywords: Perception of simplicity of use, price, quality of information and buying interest



ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Persepsi Kemudahan Penggunaan, Harga dan Kualitas informasi terhadap minat beli penjualan tiket *online* Traveloka.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan analisis data kausal komparatif, responden yang diteliti dalam penelitian ini berjumlah 100 orang yang telah melakukan pembelian tiket dan reservasi hotel secara *online* di Traveloka pada Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya yang diperoleh menggunakan metode non-probability sampling dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner, yang dimana kuesioner menggunakan skala Likert dengan 5 pilihan jawaban 1 sampai dengan 5. Kemudian dilakukan analisis terhadap data yang diperoleh dengan menggunakan analisis linear berganda dan data penelitian diolah menggunakan Microsoft Excel dan Software SPSS 22.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi kemudahan penggunaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan kualitas informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli tiket dan reservasi hotel secara *online* di Traveloka.

Kata Kunci: Persepsi Kemudahan Penggunaan, Harga, Kualitas Informasi dan Minat Beli