

ABSTRAK

IKE YULIASTUTI. NIM 2018116020. Pengaruh Promosi *Online* Terhadap Minat Beli Tiket Pesawat Pada *Online Travel Agent* – Mister Aladin. Dibawah bimbingan Bapak H. Peris Hamdanur, SE, MM.

Sektor Pariwisata sebagai salah satu penyumbang devisa Negara terbesar selain sektor Migas, Batu Bara dan Minyak Kelapa Sawit (CPO), sehingga dapat membantu mendorong pertumbuhan perekonomian nasional. Sektor Pariwisata didukung oleh banyak industri atau pelaku wisata salah satunya adalah *travel agent* atau agen perjalanan. Seiring dengan perkembangan teknologi mengakibatkan adanya pergeseran pola bisnis dalam *Travel Agent* konvensional yang merambah ke ranah online yang dikenal dengan sebutan *Online Travel Agent* (OTA) dalam menawarkan produk/jasa yang dimilikinya. Pergeseran/perubahan ini dilakukan agar dapat mengikuti perkembangan dunia Pariwisata dimana semua kebutuhan perjalanan bisnis maupun wisata saat ini mudah didapatkan atau dibeli melalui online tanpa harus datang ke kantor *Travel Agent* yang bersangkutan. Hal tersebut dibuktikan dengan banyaknya platform *Online Travel Agent* (OTA) yang bermunculan seiring dengan perubahan perilaku pelanggan yang cenderung dinamis. Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Promosi *Online* Terhadap Minat Beli Tiket Pesawat Pada *Online Travel Agent* – Mister Aladin. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Kuesioner dan Studi Kepustakaan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Subscriber yang sudah pernah bertransaksi di Mister Aladin sebanyak 100 responden. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif kuantitatif, analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis yang menggunakan SPSS versi 17. Dalam penelitian ini menunjukkan hasil penelitian untuk variabel Promosi *Online* memiliki nilai rata-rata 3,23 yang mempunyai arti Promosi *Online* pada Mister Aladin dinilai cukup baik. Untuk variabel Minat Beli memiliki nilai rata-rata 3,38 yang mempunyai arti Minat Beli pada Mister Aladin dinilai Cukup baik. Hasil penelitian diperoleh persamaan regresi $Y = 1,898 + 0,776X$. Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, peneliti menyimpulkan bahwa variabel Promosi (X) memberikan pengaruh positif terhadap variabel Minat Beli (Y). Untuk mengetahui seberapa berpengaruhnya variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen secara partial maka digunakan uji t dan menunjukkan hasil variable Promosi (X) diketahui memiliki t hitung > t tabel ($18.533 > 1.664$) dan memiliki tingkat signifikansi < 0.05 ($0.05 > 0.000$), hal ini menunjukkan bahwa H1 diterima, yang berarti bahwa variabel Promosi (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel minat beli (Y). Maka agar Minat Beli Tiket Pesawat pada *Online Travel Agent* – Mister Aladin dapat meningkat, manajemen harus dapat meningkatkan program promosi yang lebih menarik dan variatif agar dapat menarik para pelanggan untuk mau melakukan transaksi di platform Mister Aladin.

Kata kunci: Promosi *Online*, Minat Beli, Mister Aladin.

ABSTRACT

IKE YULIASTUTI, NIM 2018116020. *The Effect of Online Promotion on Interest in Buying Airplane Tickets at Online Travel Agents – Mister Aladin. Under the guidance of Mr. H. Peris Hamdanur, SE, MM.*

The tourism sector is one of the largest contributors to the country's revenue besides the oil and gas, coal and palm oil (CPO), so it can encourage national economic growth. The tourism sector is supported by many industries or known as tourism organizers, one of those is a travel agent or agen perjalanan in Bahasa Indonesia. Along with technological developments, there has been a transition in business patterns in conventional Travel Agents those have penetrated into the online that commonly known as Online Travel Agents (OTA) in offering their products/services. This transition is necessary in order to keep up with the development of the world of Tourism where all the needs of either business or tourism travel can be easily obtained or purchased online without having to come to the Travel Agent office. This is proved by the number of Online Travel Agent (OTA) platforms emerging along with changes in consumer behavior that tend to be dynamic. The purpose of this study was to determine the effect of online promotion on interest in buying flight tickets at an online travel agent – Mister Aladin. In this study, the data collection techniques were Questionnaires and Literature Studies. The population used in this study is 100 respondents who have transacted at Mister Aladin. The data analysis method used in this study is quantitative descriptive analysis, simple linear regression analysis, and hypothesis testing using SPSS version 17. This research shows that the Promotion variable has the result of 3.23 which is rated as quite well for Mister Aladin promotion. The buying interest variable has an average value of 3.38 which means that the buying interest in Mister Aladin is considered quite good. The results of the study, the regression equation $Y = 1.898 + 0.776X$. Based on the results of these calculations, the researcher concludes that the Promotion variable (X) has a positive influence on the Purchase Interest variable (Y). To find out how influential the individual independent variables are in explaining the dependent variable partially, the t test is used and shows the results of the promotion variable (X) which is known to have t count > t table ($18,533 > 1,664$) and has a significance level of < 0.05 ($0.05 > 0.000$), this shows that H1 is accepted, which means that the promotion variable (X) has a significant influence on the buying interest variable (Y). So in order to increase the interest in Buying Flight Tickets at Online Travel Agent – Mister Aladin, management must be able to improve promotional programs more attractive and varied in order to attract consumers to make transactions on the Mister Aladin platforms

Keywords: *Online Promotion, Buying Interest, Mister Aladin.*