

INTISARI

Maraknya digitalisasi di berbagai bidang membuat segala kebutuhan dapat diakses secara digital, tak lain halnya dengan pariwisata. Hadirnya agen perjalanan daring seperti Traveloka yang mampu berfungsi sebagai agen penjualan dan media promosi semakin digemari masyarakat. Fitur ulasan daring ditampilkan sebagai salah satu media pemasaran produk jasa wisata yang dinilai efektif dalam mendatangkan konsumen baru. Karena sifatnya yang tak berbentuk, ekspektasi yang timbul dari ulasan tersebut seringkali berbeda dengan apa yang terjadi di lapangan. Menggunakan teori ekspektasi-persepsi kinerja-kepuasan milik Kaosiri dkk. (2019), penelitian ini menganalisis hubungan antara ekspektasi, pengalaman wisatawan selama menginap, dan perilaku pasca-kunjungan. Generasi milenial dipilih sebagai subjek karena merupakan generasi pengguna digital terbesar di Indonesia. Penelitian ini membuktikan bahwa bagi generasi milenial terdapat hubungan yang signifikan antara ekspektasi, persepsi wisatawan, serta perilaku wisatawan pasca-kunjungan seperti kepuasan wisatawan, niat untuk mengunjungi akomodasi kembali, serta niat untuk merekomendasikan kepada calon wisatawan lain.

Kata Kunci: Ulasan Daring, Traveloka, Ekspektasi Wisatawan, Generasi Milenial, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The rise of digitization in every sector made every need can be accessed through digital platforms, tourism included. The present of online travel agencies such as Traveloka which can be as a sales agent and promotion tools are increasingly popular with the public. The online reviews feature that shows as one of marketing tools of tourism products considered effective in bringing new customer. Because of the nature that is intangible, expectation that formed from the review often different from what actually happened. Using the theory of expectation-perceived performance-satisfaction from Kaosiri et Al (2019), this research analysed the correlation between expectation, perceived performance, and post-visit behaviour. Millennial generation was chosen as the subject because it is the generation of the largest digital users in Indonesia. This research proves that for millennial generation there is a significant correlation between expectation, perceived performance, and post-visit behaviour such as satisfaction, intentions to revisit and intentions to recommending to other potential tourists.

Keywords: *Online Reviews, Traveloka, Tourist Expectation, Millennial Generation, Consumer Satisfaction*