

ABSTRACT

MILLENNIALS PURCHASING BEHAVIOUR EFFECT ON BUSINESS MODEL IN INDONESIAN ONLINE TRAVEL AGENT LEADER COMPANY TRAVELOKA

Syam Putri Hendrasari
17/421956/PEK/23533

Millennials as the biggest generation to date with the unique behaviour compare to other generations. Millennials bring more value to travel investments than other transactions. The travel industry, on the other hand, has been one of the world's largest and fastest growing markets. The growth of online travel agencies industry aligns with the rapid development of digital technology. Traveloka as Indonesia online travel agent leader keep improving their business model to maintain its position in the market. This study aims to examine Traveloka millennials customer purchasing behaviour and their business model as well as its evolution and find out the relation. To achieve the goals, two different approaches were conducted. Quantitative approach was conducted to find out about Traveloka customer purchasing behaviour through online survey across Indonesian customer. And qualitative approach was conducted through examine secondary data from publicity published related to Traveloka business model to find out their business model and demonstrate historical form of their business model. According to the analysis, the major influence for millennials customer purchasing behaviour is firm's marketing effort especially in the distribution. Moreover, millennials purchasing behaviour influence business model evolution of Traveloka. At the end of this research, managerial recommendation and theory proposition were proposed for company and future researchers.

Keywords: Millennials, Traveloka, Online Travel Agent, Consumer Purchasing Behaviour, Business Model Evolution.

ABSTRAK

MILLENNIALS PURCHASING BEHAVIOUR EFFECT ON BUSINESS MODEL IN INDONESIAN ONLINE TRAVEL AGENT LEADER COMPANY TRAVELOKA

Syam Putri Hendrasari
17/421956/PEK/23533

Generasi milenial sebagai generasi terbesar hingga saat ini dengan tingkah laku yang unik dibandingkan generasi lainnya. Generasi milenial memberikan nilai lebih untuk investasi perjalanan daripada transaksi lainnya. Industri perjalanan, di sisi lain, telah menjadi salah satu pasar terbesar dan dengan pertumbuhan tercepat di dunia. Pertumbuhan industri biro perjalanan online sejalan dengan pesatnya perkembangan teknologi digital. Traveloka sebagai pemimpin agen perjalanan online Indonesia terus menyempurnakan model bisnisnya untuk mempertahankan posisinya di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji perilaku pembelian pelanggan milenial Traveloka dan model bisnisnya serta evolusinya serta mengetahui keterkaitannya. Untuk mencapai tujuan tersebut, dua pendekatan berbeda telah dilakukan. Pendekatan kuantitatif dilakukan untuk mengetahui perilaku pembelian pelanggan Traveloka melalui survei online seluruh pelanggan di Indonesia. Sedangkan pendekatan kualitatif dilakukan dengan mengkaji data sekunder dari publikasi yang dipublikasikan terkait model bisnis Traveloka untuk mengetahui model bisnisnya dan mendemonstrasikan bentuk historis model bisnisnya. Berdasarkan hasil analisis, pengaruh terbesar bagi perilaku pembelian konsumen milenial adalah upaya pemasaran perusahaan terutama pada distribusinya. Terlebih, perilaku pembelian kaum milenial memengaruhi evolusi model bisnis Traveloka. Pada akhir penelitian ini diusulkan rekomendasi manajerial dan proposisi teori bagi perusahaan dan calon peneliti.

Kata Kunci: Milenial, Traveloka, Agen Perjalanan Online, Perilaku Pembelian Konsumen, Evolusi Model Bisnis