

INTISARI

Pesatnya penetrasi internet di Indonesia turut mengubah perilaku konsumen menjadi semakin banyak berbelanja secara daring. Hal ini berusaha dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan di berbagai sektor untuk tujuan efisiensi dan efektivitas perusahaan. Pemanfaatan internet banyak dimanfaatkan terutama untuk tujuan pemasaran dan distribusi barang atau jasa. Dengan perkembangan teknologi internet, perusahaan dapat menciptakan berbagai saluran distribusi daring yang dapat diakses oleh konsumen dengan lebih cepat dan mudah. Sebagai perusahaan penyedia jasa transportasi, berbagai maskapai penerbangan juga turut menawarkan berbagai saluran distribusi tiket penerbangan berbasis daring. Namun, makin banyaknya agen perjalanan konvensional mengindikasikan masih banyak konsumen yang cenderung tetap memanfaatkan saluran berbasis luring dalam melakukan pembelian tiket penerbangan.

Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi saluran yang menjadi pilihan utama konsumen dalam melakukan pencarian informasi penerbangan dan melakukan pembelian tiket. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh risiko terhadap saluran daring, kebiasaan luring, manfaat relatif, dan keinovatifan terhadap teknologi baru pada minat menggunakan saluran distribusi tiket penerbangan berbasis daring. Sampel pada penelitian ini berjumlah 255 responden dengan kriteria memiliki akses internet, pengguna internet aktif, dan pernah menggunakan jasa transportasi udara. Data dari responden dianalisis dengan statistik deskriptif dan regresi linear berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa saluran distribusi yang paling banyak digunakan pada tahap pra-pembelian dan tahap pembelian adalah agen perjalanan elektronik. Selain itu hasil penelitian juga menunjukkan bahwa risiko terhadap saluran daring dan kebiasaan luring berpengaruh secara signifikan dan negatif pada minat menggunakan saluran distribusi daring sedangkan manfaat relatif dan keinovatifan terhadap teknologi baru berpengaruh secara signifikan dan positif pada minat menggunakan saluran distribusi daring. Variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah keinovatifan terhadap teknologi baru, kemudian secara berturut-turut diikuti kebiasaan luring, risiko terhadap saluran daring, dan manfaat relatif.

Kata kunci: saluran distribusi tiket penerbangan, risiko terhadap saluran daring, kebiasaan luring, manfaat relatif, keinovatifan terhadap teknologi baru, minat menggunakan saluran distribusi daring.

ABSTRACT

Rapid internet penetration in Indonesia shifts consumer preference to spend more on online channel. Most companies in various sectors consider this as opportunity to increase company's efficiency and effectiveness. Internet is mostly utilized as marketing and distribution tool of goods and services. Rapid development of internet technology enables companies to develop various online distribution channel which could be accessed easier and faster by consumer. As a subsector of transportation service providers, many airlines offer various online-based distribution channel. But in fact, there are still many conventional travel agents which indicate many consumers prefer offline channel to online channel in purchasing airlines tickets.

The first aim of this research is to identify the main distribution channel for consumers in searching flight information and purchasing airline tickets. The second aim of this research is to analyze the influence of perceived risk towards online channel, offline habits, relative benefits, and innovativeness in new technology to intention to use ticketing online channel. Sample size of this research was 255 respondent who fulfilled criterias which were having internet access, active internet user, and also user of flight service at least one time. Primary data, which was obtained from consumers, was analyzed using descriptive statistics and multiple linear regression.

The result of this research shows that most channel used at pre-purchasing stage and purchasing stage is electronic travel agent. The result also supports that perceived risk towards online channel and offline habit negatively and significantly influence intention to use online channel ticketing while relative benefit and innovativeness in new technology positively and significantly influence intention to use online channel ticketing. Variable with the highest influence to the lowest influence are innovativeness in new technology, offline habits, perceived risk towards online channel, and relative benefits respectively.

Keywords: airline ticketing channels, perceived risk towards online channel, offline habits, relative benefits, innovativeness in new technology, intention to use online channel.