

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN RITEL HIS TRAVEL
DALAM PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN TIKET PESAWAT SECARA *OFFLINE***

TUGAS AKHIR



**ELSA RIFANA
1161923015**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN RITEL HIS TRAVEL
DALAM PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN
PEMBELIAN TIKET PESAWAT SECARA *OFFLINE***

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi**



**ELSA RIFANA
1161923015**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2019**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Elsa Rifana

NIM : 1161923015

Tanda Tangan : 

Tanggal : 21 Agustus 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Elsa Rifana
NIM : 1161923015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial (FEIS)
Judul Skripsi : Analisis Perilaku Konsumen Ritel H.I.S. Travel dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara *Offline*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk menempuh sidang akhir demi memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing I : Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si.



Penguji I : Dra. Suharyanti, M.S.M.



Penguji II : Adrian Arditiar, M.I.Kom.



Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 21 Agustus 2019

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* yang telah memberikan rahmat, dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Analisis Perilaku Konsumen Ritel H.I.S. Travel dalam Proses Pembelian Tiket Pesawat Secara *Offline*”. Dalam penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu peneliti mengucapkan banyak terima kasih yang setulus-tulusnya kepada:

- 1) Miss Dianingtyas Murtanti Putri, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing penulis dengan sebaik-baiknya, memberikan arahan dan masukan kepada penulis sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.
- 2) Ibu Suharyanti, Dra., M.S.M., selaku dosen penguji sekaligus Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan masukan dan bimbingan selama pengerjaan Tugas Akhir ini.
- 3) Pak Adrian Arditiar M.I.Kom, selaku dosen penguji yang telah memberi masukan dan ilmu dalam pengerjaan Tugas Akhir ini dan selama perkuliahan.
- 4) Seluruh Dosen pengajar Marketing Komunikasi Universitas Bakrie yang telah memberikan ilmu pengetahuannya kepada peneliti.
- 5) Mas Taufik dan seluruh staf Biro Administrasi Akademik Universitas Bakrie, yang telah banyak membantu semua persoalan akademik selama perkuliahan.
- 6) Kedua orangtua, Mamah Elit Warlina dan Ayah Uwas Arifin, yang selalu memberikan doa, dukungan, semangat dan kasih sayang yang sangat besar.
- 7) Ellen dan Najwa, adik-adik kebanggaan yang selalu mendoakan, mendukung keberhasilan peneliti.
- 8) Ibu Agung, Pak Rizal, Mbak Fany, Aziz, dan Mbak Ghina, selaku informan dalam penelitian ini yang telah membangikan pengalamannya dalam pembelian tiket pesawat di H.I.S. Travel;

- 9) Kak Dani, yang sudah banyak bercerita membagi cerita pengalamannya selama menjadi *travel consultant* di H.I.S. Travel;
- 10) H.I.S. Travel yang telah banyak membantu peneliti dalam memberikan data-data yang berkaitan dengan penelitian ini.
- 11) Teman-teman Geng Gancit yang selalu memberikan pengertian, dukungan, doa dan bantuannya selama proses penelitian.
- 12) Sahabat-sahabat saya tercinta Zany, Ninit dan Ica yang selalu memberikan semangat, doa, dan dukungan yang sangat besar.
- 13) Citra Faradita, yang selalu meluangkan waktunya menemani peneliti mengerjakan tugas akhir ini dan memberikan masukan-masukan selama proses pengerjaan;
- 14) Teman-teman Marketing Komunikasi Kelas Karyawan *Batch 7* yang mewarnai hari-hari peneliti selama perkuliahan dengan keceriaan, canda, tawa, dan dukungan yang tidak akan terlupakan. Terima kasih atas kebersamaannya selama ini. *See you on top!*;
- 15) Untuk semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah banyak membantu peneliti, terima kasih atas segalanya.

Semoga berbagai pihak yang telah membantu peneliti dalam Tugas Akhir ini mendapatkan balasan dari Tuhan Yang Maha Esa. Dalam penulisan Tugas Akhir ini, peneliti telah berusaha mengerjakan dan menyelesaikan dengan sebaik-baiknya, namun peneliti menyadari bahwa pada Tugas Akhir ini masih terdapat beberapa kekurangan. Maka dari itu, peneliti mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Peneliti juga berharap, semoga Tugas Akhir ini dapat bermanfaat.

Jakarta, 21 Agustus 2019

Elsa Rifana

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademika Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Elsa Rifana
NIM : 1161923015
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis Perilaku Konsumen Ritel H.I.S. Travel dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara *Offline*.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 21 Agustus 2019

Yang Menyatakan



(Elsa Rifana)

**ANALISIS PERILAKU KONSUMEN RITEL H.I.S. TRAVEL DALAM
PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET
PESAWAT SECARA *OFFLINE***

Elsa Rifana

ABSTRAK

Perkembangan era digital 4.0 sekarang ini mendorong semua lini baik aspek sosial, ekonomi, budaya dan sebagainya. Hal ini tidak luput dari usaha pariwisata dimana harus meningkatkan strategi penjualan mereka. Namun sebagian konsumen masih menyukai cara yang konvensional, yakni membeli tiket secara *offline*. Salah satunya adalah H.I.S Travel. dalam Penelitian ini ditelaah menggunakan teori perilaku konsumen oleh Solomon. Metode penelitian ini adalah studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian meunjukkan bahwa lima tahapan proses pengambilan keputusan pembelian yang dilakukan oleh konsumen H.I.S. Travel dilalui dengan sesuai . Pengenalan masalah, dimana terdapat masalah kebutuhan pelayanan (*need recognition*) seperti kemudahan pemesanan, perubahan, respon yang cepat juga kebutuhan kepercayaan dan promo. Dilanjutkan dengan pencarian informasi, pencarian pertama yang dilakukan oleh konsumen adalah pencarian *online* kemudian mencari informasi lainnya melalui orang terdekat dan iklan yang dibandingkan dari segi harga ke fungsional antara *online*, dan antar travel agent pada tahap evaluasi alternatif. Sehingga didapatkan keputusan pembelian tiket pesawat di H.I.S. Travel secara *offline* berdasarkan kebutuhan konsumen yang terpenuhi. Selain itu, dengan *Whatsapp* pemesanan tiket pesawat bisa lebih mudah dan cepat, dan dengan adanya promosi rutin yang dibuat oleh H.I.S. Travel pembelian *offline* juga bisa lebih murah dibandingkan *online*, dan konsumen merasa puas dengan pembelian tiket pesawat di H.I.S. Travel secara *offline*.

Kata kunci: perilaku konsumen, pembelian *offline*, keputusan pembelian

***ANALYSIS OF CONSUMERS BEHAVIOR RETAIL H.I.S. TRAVEL IN THE
DECISION MAKING PROCESS OF PURCHASING AIR TICKET BY
OFFLINE***

Elsa Rifana

ABSTRACT

The development of the digital era 4.0 encourages all lines of social, economic, cultural aspects etc. As well as the tourism business which they have to improve their sales strategies. However, there are many consumers who prefer the conventional way by buying tickets offline, one of them is H.I.S Travel consumers. This study examined using the theory of consumer behavior by Solomon. This research method is a case study with a qualitative approach. The results of the study show that the five stages of the purchasing decision making process are carried out by H.I.S. Travel consumers accordingly. Problem recognition, where there are problems of service needs (need recognition) such as ease of reservation, change, fast response, trust and promo requirements. Followed by information search, the first search conducted by consumers is an online search and then search for other information through the closest people and advertisements that are compared in terms of price to functional between online, and between travel agents at the alternative evaluation stage. So we get the decision to buy an air ticket at H.I.S. Offline travel based on consumer needs are met. In addition, with Whatsapp air ticket reservations can be easier and faster, and with regular promotions by H.I.S. travel can also be cheaper than online, and consumers are satisfied with purchasing air tickets at H.I.S. travel offline.

Keyword: *customers behavior, purchasing offline, decision making*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR	iv
LEMBAR PESETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	9
1.4. Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	9
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	10
2.1. Tinjauan Pustaka Terkait Penelitian Sebelumnya.....	10
2.2. Tinjauan Pustaka	19
2.2.1. Perilaku Konsumen.....	19
2.2.2. Keterlibatan Konsumen	20
2.2.3. Pengambilan Keputusan.....	23
2.2.4. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	23
2.3. Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1. Metode Penelitian.....	38
3.2. Objek Penelitian	39
3.3. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	40
3.3.1. Sumber Data Premier dan Sekunder.....	40

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.4. Definisi Konseptual.....	42
3.5. Teknik Analisis Data	43
3.6. Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	45
3.7. Batasan Penelitian	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1. Profil Perusahaan H.I.S. Travel Indonesia	47
4.1.2. Deskripsi Profil Informan dan Triangulator.....	52
4.2. Hasil Penelitian	55
4.2.1. Perilaku Konsumen.....	56
4.2.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	58
4.2.2.1. Pengenalan Masalah	59
4.2.2.2. Pencarian Informasi	64
4.2.2.3. Evaluasi Alternatif	71
4.2.2.4. Keputusan Pembelian	75
4.2.2.5. Evaluasi Paska Pembelian.....	82
4.3. Pembahasan.....	85
4.3.1. Perilaku Konsumen.....	85
4.3.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	88
4.3.2.1. Pengenalan Masalah	88
4.3.2.2. Pencarian Informasi	92
4.3.2.3. Evaluasi Alternatif	99
4.3.2.4. Keputusan Pembelian	103
4.3.2.5. Evaluasi Paska Pembelian.....	109
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	111
5.1. Simpulan	111
5.2. Saran	113
5.2.1. Saran Akademis.....	113
5.2.2. Saran Praktis.....	114

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.	Tampilan Website Garuda Indonesia	3
Gambar 1.2.	Tampilan Halaman Depan Aplikasi Air Asia dan Scoot	4
Gambar 1.3.	Tampilan Website Dwidaya Tour.....	4
Gambar 1.4.	Tampilan Website hisgo Indonesia.....	6
Gambar 2.1.	<i>Stage in Consumer Decision Making</i>	24
Gambar 2.2.	<i>Problem Recognition Shift in Action or Ideal State</i>	25
Gambar 2.3.	Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 3.1.	Kantor H.I.S. Travel Cabang Gandaria City Mall	40
Gambar 4.1.	Logo Perusahaan H.I.S. Travel	47
Gambar 4.2.	Tampilan Depan Website H.I.S. Travel	49
Gambar 4.3.	Tampilan Depan hisgo	50
Gambar 4.4.	<i>Problem Recognition Shift in Actual or Ideal State</i>	89

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tinjauan Pustaka Penelitian Sebelumnya	14
Tabel 3.1. Karakteristik Informan.....	39
Tabel 3.2. Definisi Konseptual	42
Tabel 4.1. Data Penjualan Tiket Pesawat H.I.S. Travel.....	57
Tabel 4.2. Kriteria Evaluasi.....	72