

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TIKET ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI APLIKASI TRAVELOKA

The Influence of Electronic Ticket Service Quality on Customer Satisfaction in The Traveloka Application

ELVINA ROSALINDA DAN SOFIANI*)

Hospitality dan Pariwisata, Universitas Bunda Mulia, Jakarta, Indonesia, 14430

*Email: sovyvhy@gmail.com

Diterima 13 November 2022 / Disetujui 20 Desember 2022

ABSTRACT

The development of tourism is supported by the development of technology so that things that are usually done manually become completely digital in making it easier for the community in various ways to market and sell products. The emergence of online travel agents is supported and in demand by the public, especially Traveloka with an increasing number of users. However, as a digital company, Traveloka needs to improve the e-service quality to satisfy consumers who have diverse needs. This study aims to determine the effect of electronic service quality on consumer satisfaction in the Traveloka application. The method uses a quantitative descriptive method. The sample in this study were 100 respondents. The sampling technique used was non-probability sampling with purposive sampling type with criteria that have purchased flight tickets and refunded at least 1 time. The results show that the dimensions of efficiency (X_1) had no effect, while the dimensions of fulfillment (X_2), system availability (X_3), and privacy (X_4) had a positive effect on consumer satisfaction. And for the results of the F test, it shows that the dimensions of the electronic service quality variable together have a positive effect on the consumer satisfaction variable. From the results of the research, hope that Traveloka will develop the electronic service quality and quickly solve the complaints given by users.

Keywords: consumer satisfaction, electronic service quality, electronic ticket.

ABSTRAK

Berkembangnya pariwisata didukung oleh berkembangnya teknologi sehingga hal-hal yang biasa dilakukan secara manual menjadi serba digital dalam memudahkan masyarakat dalam berbagai hal guna untuk memasarkan dan menjual produknya. Kemunculan *online travel agent* didukung dan diminati oleh masyarakat khususnya Traveloka dengan jumlah pengguna yang terus meningkat. Namun sebagai perusahaan digital, Traveloka perlu meningkatkan kualitas layanan elektronik guna memuaskan konsumen yang memiliki tuntutan yang beragam. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dari kualitas layanan elektronik terhadap kepuasan konsumen di aplikasi Traveloka. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling* jenis *purposive sampling* dengan kriteria pernah membeli tiket penerbangan dan melakukan *refund* minimal 1 kali. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dimensi efisiensi (X_1) tidak memiliki pengaruh, sedangkan dimensi pemenuhan (X_2), ketersediaan sistem (X_3), dan privasi (X_4) berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Dan untuk hasil dari uji F menunjukkan hasil bahwa dimensi dari variabel kualitas layanan elektronik secara bersama-sama memberi pengaruh positif kepada variabel kepuasan konsumen. Dari hasil penelitian, diharapkan pihak Traveloka mengembangkan kualitas layanan elektronik dan memiliki penyelesaian yang cepat terhadap komplain yang diberikan oleh pengguna.

Kata kunci: kepuasan konsumen, kualitas layanan elektronik, tiket elektronik.

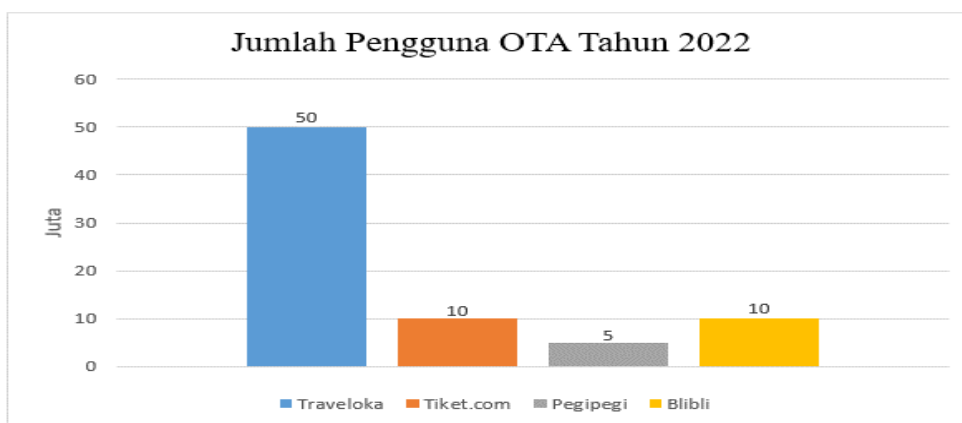
PENDAHULUAN

Pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan, kelompok atau keluarga ke suatu tempat secara sementara dengan berbagai macam tujuan seperti untuk mendapatkan kesenangan, berbisnis, mengeksplorasi sesuatu, dan sebagainya Wahid (2015). Hampir di seluruh negara di dunia mulai mengembangkan objek wisata mereka sebagai wisata. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah wisatawan yang mulai meningkat. Namun pariwisata sempat mengalami penurunan drastis bahkan ditutup total akibat dari pandemi Covid-19 yang dimulai pada tahun 2020.



Gambar 1 Jumlah Wisatawan tahun 2021-2022
 Sumber: Ceicdata.com. Diakses 30 Agustus 2022

Pada gambar diatas dapat terlihat bahwa pada bulan Februari 2022 jumlah wisatawan turun secara drastis dikarenakan meningkatnya kasus Covid-19. Namun mulai bangkit setelah awal pasca pandemi pada bulan Maret dan selanjutnya. Dalam sebuah pariwisata tak terlepas dari sektor pendukung lainnya seperti perdagangan, teknologi, akomodasi serta transportasi yang biasanya dijangkau melalui agen travel konvensional. Dengan berkembangnya teknologi, pariwisata memanfaatkan digital untuk memberi kemudahan kepada konsumen guna untuk memasarkan dan menjual produknya, serta memudahkan interaksi antara pelaku bisnis dengan pemasok. Salah satunya yaitu *online travel agent* (OTA).



Gambar 2 Jumlah Pengguna OTA Tahun 2022
 Sumber: Google Play Store. Diakses 30 Agustus 2022

Pada gambar diatas, diketahui jumlah pengguna Traveloka mencapai 50 juta, Tiket.com berjumlah 10 juta, Pegipegi berjumlah 5 juta, dan Blibli berjumlah 10 juta pengguna. *E-ticketing* merupakan aplikasi website yang digunakan untuk memperlihatkan aktivitas pelanggan secara elektronik tanpa mengeluarkan dokumen fisik (Setiawan, 2015). Perusahaan yang memiliki fitur *e-ticketing* akan mempermudah pendataan informasi tiket yang dapat dikirimkan ke perusahaan terikat secara langsung, mengurangi biaya percetakan tiket, dan kecurangan duplikasi tiket. Bagi konsumen, mereka dapat melihat informasi yang sudah dicantumkan secara fleksibel, kenyamanan tanpa mengkhawatirkan tertinggal penerbangan karena lupa atau hilangnya tiket fisik, menghemat waktu tanpa mencetak tiket fisik. *E-ticketing* dapat digunakan apabila terhubung oleh internet. Wabah pandemi Covid-19 sangat berdampak bagi pariwisata dimana kekhawatiran semakin meningkat karena tanda-tanda wabah virus akan teratasi masih buram (Alimuddin, 2020). Akibat dari pandemi masyarakat kurang berminat dalam melakukan penerbangan untuk menghindari virus, namun aktifitas pariwisata tetap berjalan walau mengalami tantangan berat. Meskipun Traveloka tetap memimpin selama pandemi dari OTA lainnya, sebagai perusahaan digital Traveloka tidak lepas dalam tuntutan konsumen yang beragam. Para pengguna juga memberikan sebuah evaluasi terhadap pelaksanaan pelayanan yang diberikan oleh aplikasi. Seringkali evaluasi yang diberikan oleh pengguna berupa puas atau tidak puasnya mereka dimana membandingkan harapan mereka terhadap hasil yang diterima. Seluruh aplikasi OTA pasti memiliki kelebihan dan kekurangan. Dari ulasan-ulasan yang diterima, Traveloka memiliki ulasan positif dan negatif. Namun tidak sedikit ulasan negatif yang diterima oleh Traveloka. Terdapat berbagai macam masalah dalam melakukan pembelian tiket pesawat *online* di Traveloka, yaitu: (1) komplain mengenai aplikasi yang dirasa terlalu rumit; (2) Lambatnya pemberian

kode *e-ticket* penerbangan dari waktu pembayaran; (3) Terdapat gangguan pada server aplikasi; (4) Terjadinya kebobolan akun. Menurut Tjiptono & Chandra (2017), kualitas layanan dapat menjadi tolak ukur sebuah harapan atau ekspektasi pelanggan yang diberikan oleh perusahaan. Menurut Riza & Sutopo dikutip dalam Parasuraman (2017), terdapat 4 dimensi dalam kualitas layanan elektronik diantaranya efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi. Kepuasan konsumen menjadi hal terpenting bagi perusahaan karena konsumen merupakan alasan perusahaan dapat berjalan. Maka dari itu, perusahaan manapun berlomba-lomba dalam memberikan kualitas pelayanan yang maksimal kepada konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara dimensi efisiensi, pemenuhan ketersediaan sistem, dan privasi terhadap kepuasan konsumen secara simultan di aplikasi Traveloka.

METODE PENELITIAN

Penelitian yang dilakukan di Traveloka menggunakan objek penelitian yaitu pengguna Traveloka yang pernah melakukan minimal satu kali transaksi terhadap tiket penerbangan di aplikasi Traveloka dan pernah melakukan *refund*. Beberapa metode analisis yang digunakan meliputi:

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2018), data kuesioner dinyatakan valid apabila pernyataan kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu dan dapat diukur. Pengujian menggunakan uji *pearson correlation* pada masing-masing variabel. Variabel dapat dinyatakan valid apabila r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} .

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018), reliabilitas digunakan sebagai pengukuran suatu kuesioner dalam menguji ketetapan suatu instrumen terhadap suatu gejala dalam waktu yang berbeda. Data dapat dikatakan reliabel dengan melihat tinggi atau rendah instrumen angka atau koefisien reliabilitas. Jika dalam mengukur gejala suatu instrumen digunakan dua kali dan mendapatkan hasil yang konsisten maka instrumen dapat dinyatakan reliabel. Menurut Ghozali (2018), suatu variabel akan dikatakan reliabel jika memiliki nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$.

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2018), uji normalitas bertujuan untuk mengetahui di dalam model regresi data berdistribusi secara normal atau sebaliknya. Untuk mendeteksi variabel berdistribusi normal dilakukan uji *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) dengan sampel berjumlah 100.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2018), uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah dalam pengamatan terjadi ketidaksamaan *variance* residual. Pengujian dilakukan dengan uji *glejser*, dengan meregresikan nilai absolut residual kepada variabel independen.

4. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghozali (2018), uji koefisien determinasi adalah untuk menghitung pengaruh variabel independen yang diteliti dapat menerangkan variabel dependen. Hasil uji koefisien determinasi ditentukan dari nilai *adjusted R²*. Nilai yang dipakai dalam *adjusted R²* adalah nol hingga satu. Apabila *adjusted R²* mendekati nol, maka variabel independen menerangkan variabel dependen secara terbatas. Sebaliknya jika nilai *adjusted R²* mendekati satu, maka variabel independen dapat menerangkan variabel dependen secara hampir sempurna.

Menurut Sugiyono (2014), nilai koefisien determinasi dapat dikategorikan menjadi:

- a. 01 – 119,99 = sangat lemah
- b. 201– 139,99 = lemah
- c. 401 – 159,99 = sedang
- d. 601 – 179,99 = kuat
- e. 801– 1100 = sangat kuat

b. Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Ghozali (2018), regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh dan arah antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Uji T (Parsial)

Menurut Ghozali (2018), uji T berguna untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual (parsial). Menggunakan tingkat signifikansi sebesar 0,05.

d. Uji F (Simultan)

Uji F berguna untuk mengukur besaran pengaruh variabel independen secara bersamaan terhadap variabel dependen. Dalam pengujian akan menggunakan uji *anova*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari 100 kuesioner yang di sebarakan kepada para sampel maka hasil yang di dapatkan adalah:

1. Hasil Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan uji korelasi *bivariate* dengan masing-masing variabel. Dalam penelitian ini, kuesioner berisi 5 variabel dan memiliki 20 item yang telah diisi oleh 100 responden. Untuk mengetahui valid atau tidaknya kuesioner, kita harus mengetahui r_{tabel} terlebih dahulu. Rumus r_{tabel} adalah $df = N-2$. $100-2 = 98$, sehingga $r_{tabel} = 0,196$. Hasil uji validitas didapat sebagai berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas

Pernyataan	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Efisiensi	EF_1	0,756	0,196	Valid
	EF_2	0,757	0,196	Valid
	EF_3	0,825	0,196	Valid
	EF_4	0,840	0,196	Valid
Pemenuhan	PM_1	0,773	0,196	Valid
	PM_2	0,733	0,196	Valid
	PM_3	0,813	0,196	Valid
	PM_4	0,838	0,196	Valid
Ketersediaan Sistem	KS_1	0,688	0,196	Valid
	KS_2	0,800	0,196	Valid
	KS_3	0,807	0,196	Valid
	KS_4	0,797	0,196	Valid
Privasi	PV_1	0,829	0,196	Valid
	PV_2	0,880	0,196	Valid
	PV_3	0,898	0,196	Valid
	PV_4	0,864	0,196	Valid
Kepuasan Konsumen	KK_1	0,790	0,196	Valid
	KK_2	0,833	0,196	Valid
	KK_3	0,830	0,196	Valid
	KK_4	0,846	0,196	Valid

Sumber: DataiOlahan, 2022

Dari paparan tabel, diketahui seluruh indikator memiliki nilai R hitung $>$ R tabel sebesar 0,196, sehingga seluruh pernyataan yang ada dalam penelitian dinyatakan valid.

2. Hasil Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsisten atau kestabilan suatu kuesioner dari waktu ke waktu sehingga dapat dipercaya dan diteliti. Pada pengujian reliabilitas dilakukan dengan melakukan uji skala reliabilitas dengan masing-masing variabel. Apabila nilai *cronbach's alpha* diperoleh $>$ 0,70 maka variabel dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketetapan	Keterangan
Efisiensi	0,793	0,70	Reliabel
Pemenuhan	0,787	0,70	Reliabel
Ketersediaan Sistem	0,775	0,70	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,891	0,70	Reliabel

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan paparan tabel diatas, menunjukkan bahwa indikator pernyataan pada variabel efisiensi (X1) menghasilkan *cronbach's alpha* sebesar 0,793 $>$ 0,70, variabel pemenuhan (X2) sebesar 0,787 $>$ 0,70, variabel ketersediaan sistem (X3) sebesar 0,775 $>$ 0,70, dan variabel privasi (X4) sebesar 0,891 $>$ 0,70. Sehingga artinya kuesioner dalam penelitian sudah sesuai dengan syarat dan seluruh variabel dari kuesioner dinyatakan reliabel.

3. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas

Metode pengujian normalitas akan menggunakan pengujian *kolmogorov-smirnov*. Hasil pengujian yang didapat sebagai berikut:

Tabel 3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.25321174
Most Extreme Differences	Absolute	.113
	Positive	.113
	Negative	-.094
Kolmogorov-Smirnov Z		1.130
Asymp. Sig. (2-tailed)		.155

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari paparan tabel, dihasilkan *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar $0,155 > 0,05$, disimpulkan data terdistribusi dengan normal sehingga dapat melanjutkan pengujian berikutnya.

b. Hasil Uji Multikolinearitas

Pengujian dilakukan untuk melihat apakah ada korelasi antara variabel independen pada penelitian. Syarat dalam uji multikolinearitas yaitu:

Tabel 4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	2.191	1.076		2.036	.044			
EF_TOTAL	-.015	.093	-.014	-.158	.875	.379	2.642	
PM_TOTAL	.430	.083	.458	5.148	.000	.380	2.634	
KS_TOTAL	.252	.079	.287	3.175	.002	.366	2.730	
PV_TOTAL	.217	.071	.228	3.061	.003	.540	1.851	

a. Dependent Variable: KK_TOTAL

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari paparan tabel, menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai *tolerance* $> 0,10$ dan nilai *VIF* $< 10,00$ sehingga tidak terjadi multikolinearitas. Diketahui nilai *tolerance* untuk efisiensi 0,379, pemenuhan 0,380, ketersediaan sistem 0,366, privasi 0,540 dan nilai *VIF* untuk efisiensi 2,642, pemenuhan 2,634 ketersediaan sistem 2,730 dan privasi 1,851.

c. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Pengujian heteroskedastisitas dilakukan dengan metode uji glejser untuk mencari kemungkinan *variance* residual yang berbeda. Syarat dalam pengujian yaitu apabila nilai probabilitas (*sig*) $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas dan apabila nilai probabilitas (*sig*) $< 0,05$ maka terjadi heteroskedastisitas. Berikut adalah hasil uji heteroskedastisitas pada aplikasi *software* SPSS.

Tabel 5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	3.144	.699		4.496	.000		
EF_TOTAL	-.026	.060	-.069	-.438	.663	.379	2.642
PM_TOTAL	-.050	.054	-.144	-.916	.362	.380	2.634
KS_TOTAL	-.041	.052	-.126	-.787	.433	.366	2.730
PV_TOTAL	-.014	.046	-.040	-.307	.759	.540	1.851

a. Dependent Variable: ABS_RESIDUAL

Sumber: Data Olahan, 2022

Dari paparan tabel, diperoleh nilai signifikan efisiensi 0,663, pemenuhan 0,362, ketersediaan sistem 0,433, dan privasi 0,759 dimana seluruh variabel bernilai signifikan > 0,05. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tidak terdapat gejala heteroskedastisitas. Berdasarkan hasil diatas, dapat disimpulkan:

Tabel 6 Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik

No	Uji Asumsi Klasik	Hasil	Keterangan
1	Normalitas	Variabel X^1, X^2, X^3, X^4 dan Y berdistribusi dengan normal	Memenuhi persyaratan analisis linear berganda
2	Multikolinearitas	Dalam model regresi tidak terjadi Multikolinearitas	Memenuhi persyaratan analisis linear berganda
3	Heteroskedastisitas	Dalam model regresi tidak terjadi Heteroskedastisitas	Memenuhi persyaratan analisis linear berganda

Sumber: Data Olahan, 2022

4 Hasil Uji Hipotesis

a. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Nilai *adjusted R²* memiliki kategori dimana bila mendekati angka 1 maka semakin besar pengaruh yang ada pada variabel independen mempengaruhi variabel dependen.

Tabel 7 Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.846 ^a	.715	.703	1.27932

a. Predictors: (Constant), PV_TOTAL, PM_TOTAL, EF_TOTAL, KS_TOTAL

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan paparan tabel, diketahui bahwa nilai *adjusted R²* sebesar 70,3%. Artinya hubungan antara variabel efisiensi (X_1), pemenuhan (X_2), ketersediaan sistem (X_3), dan privasi (X_4) memiliki pengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 70,3%. Sedangkan sisa angka 29,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak masukkan dalam penelitian ini. Nilai 70,3% tersebut termasuk ke dalam kategori kuat untuk efisiensi, pemenuhan, ketersediaan system dan privasi sudah cukup kuat dan baik dalam mempengaruhi kepuasan konsumen yang di butuhkan dari para pelanggan Traveloka.

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Pengujian regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh dan arah antara variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai koefisien regresi linear berganda dapat ditunjukkan pada hasil dari tabel berikut ini:

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.191	1.076		2.036	.044
EF_TOTAL	-.015	.093	-.014	-.158	.875
PM_TOTAL	.430	.083	.458	5.148	.000
KS_TOTAL	.252	.079	.287	3.175	.002
PV_TOTAL	.217	.071	.228	3.061	.003

a. Dependent Variable: KK_TOTAL

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan paparan tabel, diketahui perhitungan sebagai berikut:

$$Y = 2,191 + 0,015X_1 + 0,430X_2 + 0,252X_3 + 0,217X_4$$

1. Konstanta (a) sebesar 2,191. Artinya, apabila efisiensi (X_1), pemenuhan (X_2), ketersediaan sistem (X_3), dan privasi (X_4) memiliki nilai 0 atau tidak mengalami perubahan, maka kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai sebesar 2,191.
2. Koefisien variabel efisiensi (X_1) sebesar -0,015. Artinya, pengaruh variabel efisiensi terhadap kepuasan konsumen adalah negatif. Sehingga apabila variabel efisiensi mengalami penurunan sebesar 1% maka kepuasan konsumen juga akan menurun sebesar 0,015.
3. Koefisien variabel pemenuhan (X_2) yaitu sebesar 0,430. Artinya, pengaruh variabel efisiensi terhadap kepuasan konsumen adalah positif. Sehingga apabila variabel pemenuhan mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,430.
4. Koefisien variabel ketersediaan sistem (X_3) yaitu sebesar 0,252. Artinya, pengaruh variabel efisiensi terhadap kepuasan konsumen adalah positif. Sehingga apabila variabel pemenuhan mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,252.
5. Koefisien variabel privasi (X_4) yaitu sebesar 0,217. Artinya, pengaruh variabel efisiensi terhadap kepuasan konsumen adalah positif. Sehingga apabila variabel pemenuhan mengalami kenaikan sebesar 1% maka kepuasan konsumen juga akan meningkat sebesar 0,217.

b. Hasil Uji T (Parsial)

Sebelum membuat keputusan Hipotesis ditolak atau diterima, maka harus menentukan T tabel terlebih dahulu. Untuk mengetahui nilai T Tabel yaitu dengan melihat nilai *degree of freedom* ($a/2$; $n-k-1$) dan nilai signifikansi yang digunakan. Diketahui nilai signifikansi 5% dan *degree of freedom* ($0,05/2$; $100-5-1 = 0,025$; 94) maka nilai T tabel diperoleh sebesar 1,986. Apabila T hitung > T tabel, dan nilai signifikan < 0,05, maka hipotesis diterima yang artinya terdapat pengaruh antara variabel independen dengan variabel dependen dan begitu pula sebaliknya.

Tabel 9 Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.191	1.076		2.036	.044
EF_TOTAL	-.015	.093	-.014	-.158	.875
PM_TOTAL	.430	.083	.458	5.148	.000
KS_TOTAL	.252	.079	.287	3.175	.002
PV_TOTAL	.217	.071	.228	3.061	.003

a. Dependent Variable: KK_TOTAL

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan paparan tabel, diketahui besarnya pengaruh masing-masing variabel secara parsial terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut:

1) Pengaruh Efisiensi (X_1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Diperoleh T hitung sebesar $-0,158 < 1,986$ dan nilai signifikan sebesar $0,875 > 0,005$ sehingga H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya efisiensi tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis pertama **ditolak**. Hal ini dapat dikatakan bahwa kemudahan dan kecepatan dalam Traveloka bukan menjadi masalah dalam

memenuhi kepuasan konsumen. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian terdahulu oleh (Isnan, 2014), (Orientani, 2017), dan (Supriyantini et al., 2014) yang menyatakan bahwa efisiensi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Efisiensi merupakan hal terpenting dalam sebuah aplikasi yang menjual suatu jasa dan produk. Dalam melakukan pembelian suatu barang, konsumen akan merasa senang jika mendapat kemudahan dan kecepatan dalam mengakses aplikasi dan menggunakan fitur yang ada dalam aplikasi tersebut. Namun apabila konsumen menggunakan jasa dan produk yang sudah memiliki reputasi yang baik, maka secara tidak langsung mereka mengabaikan efisiensi dari aplikasi tersebut. Hal ini dikarenakan pengguna Traveloka sudah nyaman dalam menggunakan aplikasi tersebut.

2) Pengaruh Pemenuhan (X_2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Diperoleh T hitung sebesar $5,148 > 1,986$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$ sehingga H_0 ditolak dan H_2 diterima. Artinya pemenuhan secara signifikan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen, sehingga hipotesis kedua **diterima**. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pemenuhan aplikasi maka semakin tinggi kepuasan konsumen. Hasil penelitian sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Isnan, 2014), (Orientani, 2017), dan (Supriyantini et al., 2014) yang menyatakan bahwa pemenuhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Pemenuhan merupakan akurasi janji layanan yang ditawarkan perusahaan kepada konsumen sehingga hal ini mempengaruhi kepuasan yang diterima oleh pengguna Traveloka. Salah satu akurasi janji layanan yang dimaksud pada Traveloka adalah *refund*. Konsumen bisa saja memiliki keadaan yang tidak dapat kita tebak, seperti sakit, kecelakaan, atau memiliki urusan penting lainnya, sehingga konsumen perlu membatalkan pembelian tiket. Apabila Traveloka memberikan janji layanan yang sesuai, maka pengguna puas dalam menggunakan jasa dan produk dari aplikasi Traveloka.

3) Pengaruh Ketersediaan Sistem (X_3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Diperoleh T hitung sebesar $3,175 > 1,986$ dan nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,005$ sehingga H_0 ditolak dan H_3 diterima. Artinya ketersediaan sistem secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis ketiga **diterima**. Hal ini dapat dikatakan bahwa dengan semakin tingginya ketersediaan sistem di aplikasi maka semakin tinggi pula kepuasan konsumen. Hasil penelitian sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Isnan, 2014), (Orientani, 2017), dan (Supriyantini et al., 2014) yang menyatakan bahwa ketersediaan sistem berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Ketersediaan sistem menjadi salah satu komponen terpenting dalam sebuah aplikasi. Aplikasi manapun membutuhkan suatu sistem. Namun apabila aplikasi memiliki sebuah sistem dan tidak berfungsi, maka hal itu akan menjadi sia-sia. Pengguna akan merasa puas apabila sistem dapat berfungsi sebagaimana mestinya. Sama halnya yang terjadi pada aplikasi Traveloka. Banyak pengguna yang menggunakan aplikasi Traveloka untuk membeli tiket penerbangan karena aplikasi dapat berfungsi dengan baik dan terus berkembang untuk melengkapi kebutuhan konsumen.

4) Pengaruh Privasi (X_4) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Diperoleh T hitung sebesar $3,061 > 1,986$ dan nilai signifikan sebesar $0,003 < 0,005$ sehingga H_0 ditolak dan H_4 diterima. Artinya privasi secara signifikan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sehingga hipotesis keempat **diterima**. Hal ini dapat dikatakan bahwa semakin aman privasi aplikasi maka kepuasan konsumen tinggi. Hasil tersebut berbeda dengan penelitian terdahulu (Isnan, 2014) yang mendapatkan hasil privasi tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, namun dalam penelitian (Orientani, 2017), dan (Supriyantini et al., 2014) dihasilkan bahwa privasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen yang sesuai dalam penelitian ini. Privasi menjadi salah satu pertimbangan bagi konsumen dalam menggunakan aplikasi karena konsumen membagikan data pribadi mereka. Dengan keamanan yang memadai, maka konsumen akan bersedia mempercayai dan menggunakan aplikasi tersebut. Namun seperti yang kita ketahui, banyak sekali kejahatan dunia *online* yang mengambil data pribadi seseorang akibat kelalaian diri sendiri dalam memberikan informasi data pribadi pada aplikasi-aplikasi yang tidak diketahui asal usulnya. Sehingga membuat kebanyakan konsumen tidak mempercayai sepenuhnya pada sebuah aplikasi. Traveloka sendiri semenjak beroperasi tidak mengecewakan konsumen sehingga lebih dari 50 juta pengguna mempercayai identitas pribadi mereka kepada Traveloka.

b. Hasil Uji F (Simultan)

Sebelum membuat keputusan Hipotesis ditolak atau diterima, maka harus menentukan F tabel terlebih dahulu. Untuk mengetahui nilai F Tabel yaitu dengan melihat nilai *degree of freedom* dan nilai signifikansi yang digunakan. Diketahui F tabel menggunakan signifikansi 5% dan *degree of freedom* (df1) sebesar 4 dan df2 sebesar 95, maka diketahui F tabel sebesar 2,47. Apabila F hitung $> F$ tabel, dan nilai signifikan $< 0,05$, maka artinya terdapat pengaruh secara simultan antara variabel independen dengan variabel dependen dan begitu pula sebaliknya.

Tabel 10 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	390.077	4	97.519	59.584	.000 ^a
Residual	155.483	95	1.637		
Total	545.560	99			

a. Predictors: (Constant), PV_TOTAL, PM_TOTAL, EF_TOTAL, KS_TOTAL

b. Dependent Variable: KK_TOTAL

Sumber: Data Olahan, 2022

Berdasarkan paparan tabel, diketahui nilai F hitung $59,584 > 2,47$ dan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,005$ maka dapat dinyatakan H_0 ditolak dan H_5 diterima. Artinya variabel efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi berpengaruh secara bersamaan (simultan) terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil penelitian sesuai dengan penelitian terdahulu oleh (Isnain, 2014), (Orientani, 2017), dan (Supriyantini et al., 2014) yang mengungkapkan bahwa variabel efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi secara simultan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

SIMPULAN

Kepuasan konsumen adalah suatu perasaan yang menyenangkan terhadap sesuatu. Memenuhi kepuasan konsumen merupakan tujuan utama bagi perusahaan agar konsumen dapat memiliki perasaan senang dan akan membeli produk yang ditawarkan oleh perusahaan tersebut untuk jangka waktu yang panjang. Agar dapat memenuhi kepuasan konsumen, diperlukannya kualitas layanan yang baik seperti efisiensi, pemenuhan, ketersediaan sistem, dan privasi. Terdapat beberapa kesimpulan penelitian yang dilakukan pada pembahasan sebelumnya yaitu:

1. Dari hasil analisis dimensi efisiensi terhadap variabel kepuasan konsumen menunjukkan bahwa hipotesis pertama (H1) ditolak dengan kesimpulan dimensi efisiensi (X_1) secara parsial tidak memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).
2. Dari hasil analisis dimensi pemenuhan terhadap variabel kepuasan konsumen menunjukkan bahwa hipotesis kedua (H2) diterima dengan kesimpulan dimensi pemenuhan (X_2) secara parsial memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)
3. Dari hasil analisis dimensi ketersediaan sistem terhadap variabel kepuasan konsumen menunjukkan bahwa hipotesis ketiga (H3) diterima dengan kesimpulan dimensi ketersediaan sistem (X_3) secara parsial memberi pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y)
4. Dari hasil analisis dimensi privasi terhadap variabel kepuasan konsumen menunjukkan bahwa hipotesis keempat (H4) diterima dengan kesimpulan dimensi.

DAFTAR PUSTAKA

- Alimuddin, A. A. (2020). *Dampak Virus Covid-19 terhadap sektor Pariwisata Indonesia*. <https://sultraline.id/dampakvirus-covid-19-terhadap-sektorpariwisata-indonesia/>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Isnain, M. A. (2014). *Analisis Pengaruh Faktor-faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Kereta Api (Studi Kasus pada PT Kereta Api Indonesia DAOP IV Semarang)*.
- Orientani, R. (2017). *Kualitas Layanan Tiket Elektronik Terhadap Kepuasan Konsumen*.
- Setiawan, E. B. (2015). Analisis Pengaruh Nilai Teknologi Informasi Terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan (Studi Kasus Pemanfaatan E-Ticketing Terhadap Loyalitas Pengguna Jasa Kereta Api). *Jurnal Sains, Teknologi Dan Industri*.
- Supriyantini, Suyadi, I., & Riyadi. (2014). *Pengaruh Efficiency, Fulfillment, System Availability, Dan Privacy Terhadap eSatisfaction (Survei pada Nasabah PT. Danareksa Sekuritas Cabang Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang)*.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). *Pemasaran Strategik - Mengupas Pemasaran Strategik, Branding Strategy, Customer Satisfaction, Strategi Kompetitif Hingga eMarketing*. CV.ANDI.
- Wahid, A. (2015). *Strategi Pengembangan Wisata Nusa Tenggara Barat Menuju Destinasi Utama Wisata Alami*. Yogyakarta: UMY