

**“ATRIBUT-ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
KONSUMEN DALAM MELAKUKAN BELANJA *ONLINE* TIKET
PESAWAT DI KOTA YOGYAKARTA”**



Disusun Oleh :

ERVINA YOLANDA ANGGELIS

NPM : 05 03 15905

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMAJAYA YOGYAKARTA
2009**

SKRIPSI

**ATRIBUT-ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
KONSUMEN DALAM MELAKUKAN BELANJA *ONLINE*
TIKET PESAWAT DI KOTA YOGYAKARTA**


Disusun oleh :

Ervina Yolanda Anggelis

NPM : 05 03 15905

Telah dibaca dan disetujui oleh:

Dosen Pembimbing


Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Tanggal 12 November 2009

SKRIPSI

**ATRIBUT-ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
KONSUMEN DALAM MELAKUKAN BELANJA *ONLINE*
TIKET PESAWAT DI KOTA YOGYAKARTA**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :
ERVINA YOLANDA ANGGELIS

NPM : 05 03 15905

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 10 Desember
2009 dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta

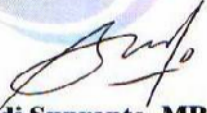
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


E. Kusumadmo, MM., Ph.D.

Anggota Panitia Penguji


Drs. D. Koeshartono, MM.


Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

Yogyakarta, 10 Desember 2009

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**


Dr. R. Maryatmo, MA.



SURAT PERNYATAAN

Yang bertandatangan dibawah ini, saya :

Nama : Ervina Yolanda Anggelis

No Mhs : 05 03 15905 /EM

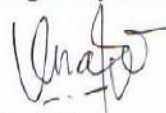
Menyatakan bahwa skripsi berjudul:

**"ATRIBUT-ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI
KONSUMEN DALAM MELAKUKAN BELANJA ONLINE TIKET
PESAWAT DI KOTA YOGYAKARTA"**

adalah hasil karya sendiri. Pernyataan, ide maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari tulisan atau ide orang lain dinyatakan secara tertulis dalam karya tulis ini dalam bentuk catatan perut/catatan kaki dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan plagiasi sebagian atau keseluruhan dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 12 November 2009

Yang Menyatakan,



Ervina . Y. Anggelis

KATA PENGANTAR

Segala Puji dan syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang maha pengasih, atas segala penyertaan, pengajaran, dan kekuatan yang telah dikaruniakan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul **“Atribut-atribut Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dalam Melakukan Belanja Online Tiket Pesawat Di Kota Yogyakarta”**. Adapun tujuan penulisan skripsi ini untuk memenuhi salah satu persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini terdapat banyak hambatan dan kesulitan yang dialami. Namun akhirnya dapat diatasi dengan bantuan serta dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak, dimana penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada :

1. Dekan dan segenap Staff Pengajar Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
2. Bpk. Budi Suprpto, MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah berkenan membimbing, mengarahkan, mendorong, dan memberikan saran dalam penulisan skripsi ini.
3. Seluruh Staff Administrasi Fakultas Ekonomi yang telah membantu memberikan informasi tentang kelengkapan Administrasi skripsi ini.

Akhirnya penulis menyadari bahwa skripsi ini tentu saja tidak luput dari kekurangan dan jauh dari sempurna. Penulis membuka diri terhadap masukan dari semua pihak yang membaca skripsi ini demi kesempurnaannya.

Yogyakarta, 12 November 2009
Penulis,

ErvinaYolanda Anggelis

HALAMAN MOTTO

"Nilai manusia, bukan bagaimana ia mati, melainkan bagaimana ia hidup; bukan apa yang diperoleh, melainkan apa yang telah diberikan; bukan apa pangkatnya, melainkan apa yang telah diperbuat dengan tugas yang diberikan Tuhan kepadanya".

"Manusia tak selamanya benar dan tak selamanya salah, kecuali ia yang selalu mengoreksi diri dan membenarkan kebenaran orang lain atas kekeliruan diri sendiri".

"Sabar dalam mengatasi kesulitan dan bertindak bijaksana dalam mengatasinya adalah sesuatu yang utama".

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

1. Tuhan Yesus Kristus, yang telah mencurahkan Roh Kudus, anugerah dan kemurahanNYA kepada saya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Orang Tua tercinta yang telah berjuang membesarkan saya, mendidik saya, dan mendoakan saya selalu hingga dapat menyelesaikan studi.
3. Kakak-kakakku terkasih : Angel Patricia Anggellies, Erick Valentino Ang, Edmond Edwind Anggellies, yang telah memberikan dukungan dan pengertian kepada saya selama penulisan skripsi.
4. Buat Yen, terima kasih sudah memberikan support, inspirasi dan telah temenin aku trus dalam suka dan duka...
5. Teman-teman seperjuanganku : Wendy, Ivon, Anka, Selvy, Fefe yang sudah memberikan banyak masukan-masukan dan sarannya.
6. Terima kasih untuk tante Erlyn, om Hendrikus beserta keluarga yang sudah mendoakan dan memberikan perhatian kepada saya.
7. Teman-teman koztku: Ridho, Lucia, Monic, Vitta, Lucy, Maya, terima kasih buat dukungan kalian.
8. AlmamaterKu Atma Jaya.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Cover.....	i
Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan Pembimbing.....	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Pernyataan.....	iv
Kata Pengantar.....	v
Halaman Motto.....	vi
Halaman Persembahan.....	vii
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Intisari.....	xvi

BAB I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5

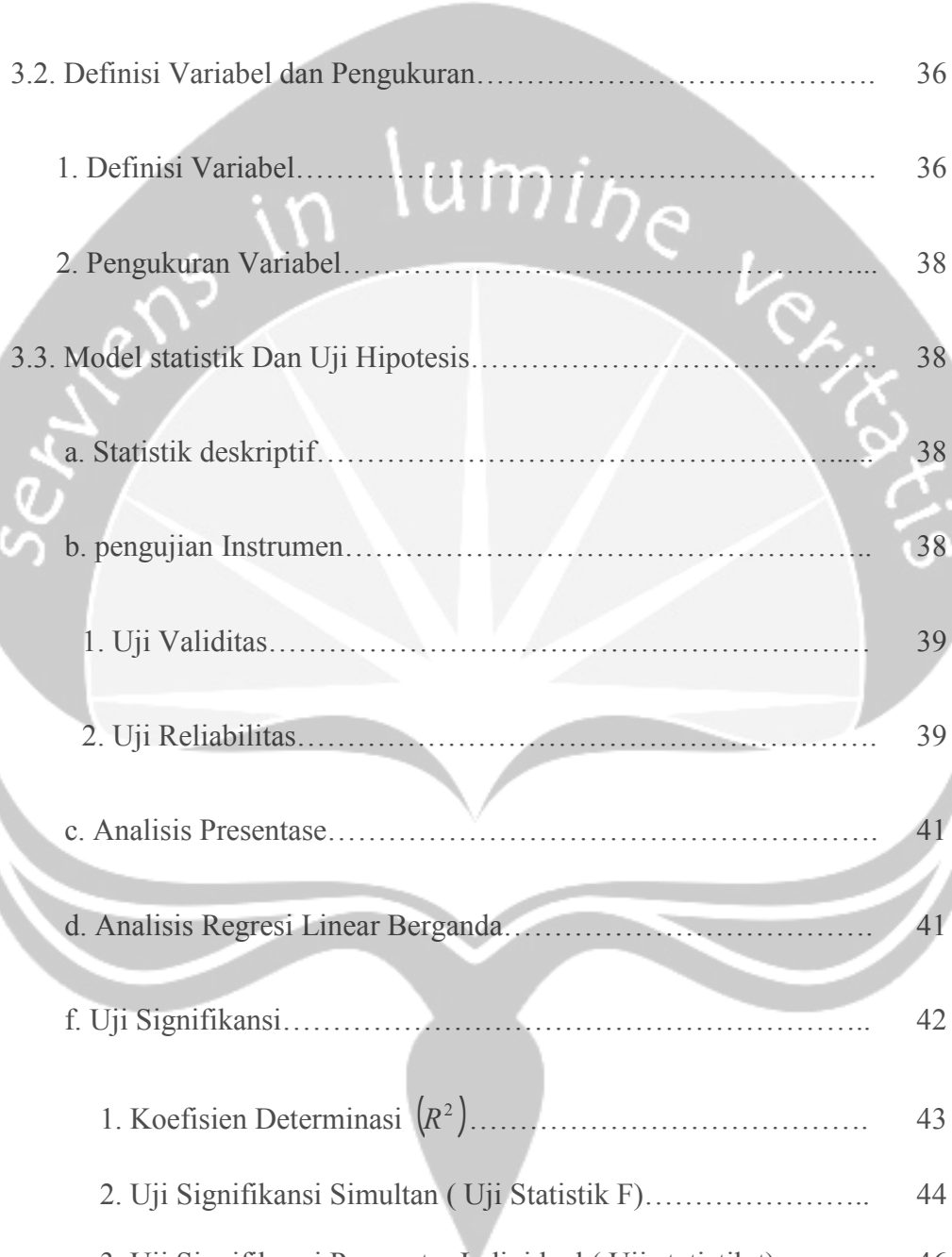
1.5.	Kontribusi Masalah.....	6
1.6.	Batasan Penelitian.....	6
1.7.	Sistematika Penulisan.....	8

BAB II. LANDASAN TEORI

2.1.	Landasan Teori.....	10
2.1.1.	Definisi Dan Ruang Lingkup Internet.....	10
2.1.2.	Pengertian Internet Marketing.....	15
2.1.3.	E-ticketing.....	18
2.1.4.	Belanja Online Dan Perilaku Konsumen di Internet.....	19
2.1.5.	Pengertian Atribut.....	22
2.1.6.	Tahap – tahap Proses Pengambilan Keputusan.....	24
2.1.7.	Preferensi Belanja Online Dan Hubungan Tiap Atribut Dengan Preferensi Belanja Online.....	26
2.2.	Penelitian Terdahulu.....	28
2.3.	Kerangka Pemikiran.....	30
2.4.	Hipotesis.....	32

BAB III. METODE PENELITIAN

3.1.	Data.....	33
3.1.1.	Definisi Data.....	33



3.1.2. Metode Pengumpulan Data.....	33
3.1.3. Populasi Dan Pengambilan sampel.....	35
3.2. Definisi Variabel dan Pengukuran.....	36
1. Definisi Variabel.....	36
2. Pengukuran Variabel.....	38
3.3. Model statistik Dan Uji Hipotesis.....	38
a. Statistik deskriptif.....	38
b. pengujian Instrumen.....	38
1. Uji Validitas.....	39
2. Uji Reliabilitas.....	39
c. Analisis Presentase.....	41
d. Analisis Regresi Linear Berganda.....	41
f. Uji Signifikansi.....	42
1. Koefisien Determinasi (R^2).....	43
2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F).....	44
3. Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji statistik t).....	46

BAB IV. HASIL PENELITIAN

4.1. Penjelasan Penelitian.....	48
4.2. Pengujian Instrumen.....	49
1. Uji Validitas.....	49
2. Uji Reliabilitas.....	51
4.3. Analisis Karakteristik Demografi Responden.....	52
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Pemesanan Tiket Secara <i>Online</i>	52
2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	53
4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
6. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku....	55
4.4. Pengaruh Waktu, Harga, Pelayanan Dan Alternatif Terhadap Preferensi Belanja Tiket Pesawat Secara <i>Online</i>	55
a. Waktu.....	59
b. Harga.....	59
c. Pelayanan.....	60
d. Alternatif.....	61
BAB V. PENUTUP	
5.1. Kesimpulan.....	62
5.2. Implikasi Manajerial.....	63
5.3. Saran.....	65

5.4. Keterbatasan Penelitian..... 66

Daftar Pustaka.

Lampiran.

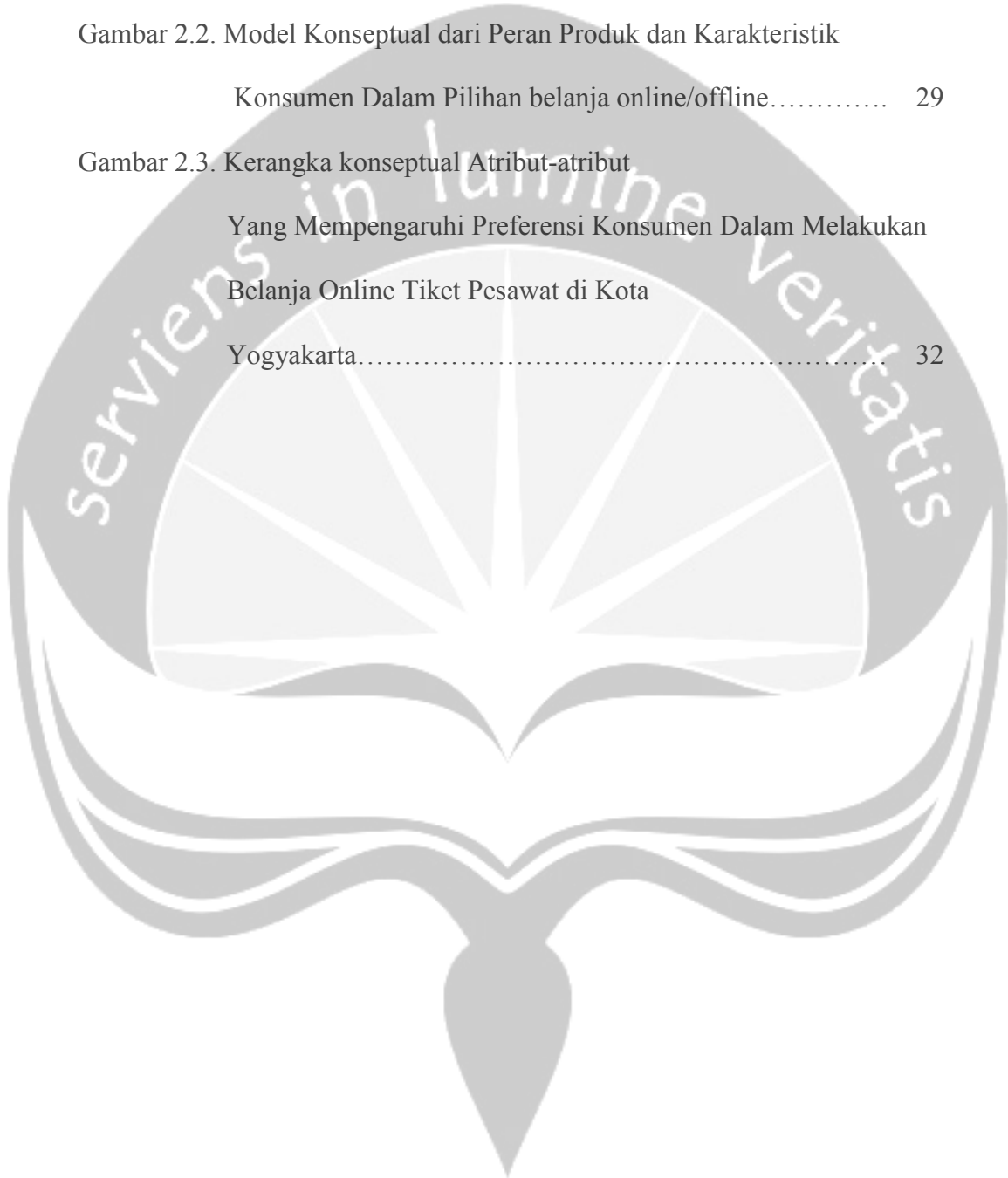


DAFTAR TABEL

Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	50
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas.....	51
Tabel 4.3. Presentase Profil Responden Berdasarkan Frekuensi Pemesanan Tiket Online.....	52
Tabel 4.4. Presentase Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.5. Presentase Profil Responden Berdasarkan Usia.....	53
Tabel 4.6. Presentase Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	54
Tabel 4.7. Presentase Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	54
Tabel 4.8. Presentase Profil Responden Berdasarkan Pendapatan/uang saku.....	55
Tabel 4.9. Pengaruh Waktu, Harga, Pelayanan Dan Alternatif Terhadap Preferensi Belanja Tiket Pesawat Secara <i>Online</i>	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Model Perilaku Konsumen.....	22
Gambar 2.2. Model Konseptual dari Peran Produk dan Karakteristik Konsumen Dalam Pilihan belanja online/offline.....	29
Gambar 2.3. Kerangka konseptual Atribut-atribut Yang Mempengaruhi Preferensi Konsumen Dalam Melakukan Belanja Online Tiket Pesawat di Kota Yogyakarta.....	32



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Hasil uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3. Hasil Analisis Presentase

Lampiran 4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Lampiran 5. Data Jawaban Responden

Lampiran 6. Tabel Distribusi r dan Tabel Durbin Watson



“ATRIBUT-ATRIBUT YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN DALAM MELAKUKAN BELANJA ONLINE TIKET PESAWAT DI KOTA YOGYAKARTA”

Disusun oleh:
Ervina Yolanda Anggelis
NPM: 05 03 15905

Pembimbing Utama

Budi Suprpto, MBA., Ph.D.

INTISARI

Internet perlahan-lahan mulai menggeser budaya pembelian (pemesanan) tiket pesawat dari cara konvensional menjadi lebih modern atau sering disebut *Online Shopping* (belanja Online). Belanja online adalah proses dimana konsumen membeli produk atau jasa melalui media internet. Dengan demikian atribut produk sangatlah penting untuk dijadikan dasar oleh konsumen dalam melakukan belanja online tiket pesawat. Dalam penelitian ini menggunakan empat atribut yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan belanja online tiket pesawat, yaitu waktu, harga, pelayanan, dan alternatif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh faktor waktu, harga, pelayanan dan alternatif yang dapat diperoleh konsumen saat menggunakan media internet terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja tiket pesawat secara online. Desain penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan Sampel dari penelitian ini diambil dari jumlah populasi dalam bentuk responden sebanyak 160 orang. Metode pengambilan sampel yang digunakan yaitu *Sampling Convenience*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa faktor waktu, harga, dan alternatif memberikan pengaruh yang signifikan terhadap preferensi konsumen dalam berbelanja tiket pesawat secara online. Keadaan ini memberikan arti bahwa, penghematan waktu dapat dilakukan konsumen, dimana konsumen dapat melakukan pemesanan tiket pesawat dari mana saja, kapan saja memberikan preferensi positif untuk menggunakan media internet (belanja secara online). Dengan menggunakan media internet, konsumen dapat mencari alternatif harga tiket pesawat dari berbagai maskapai penerbangan. Konsumen dapat memilih harga tiket pesawat sesuai dengan kebutuhan atau kemampuan/daya beli konsumen. Selain itu, konsumen memiliki banyak alternatif maskapai penerbangan, jam penerbangan yang paling sesuai untuk memenuhi kebutuhan konsumen

Kata Kunci: Atribut-atribut, Preferensi Konsumen, Belanja Tiket *Online*.