

LEMBAR PENGESAHAN

PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH TRAVELOKA SEBAGAI
ONLINE TRAVEL AGENT (OTA) DI GRAND Q HOTEL GORONTALO

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh

Dwirahayu Rauf
331318012

Penguji

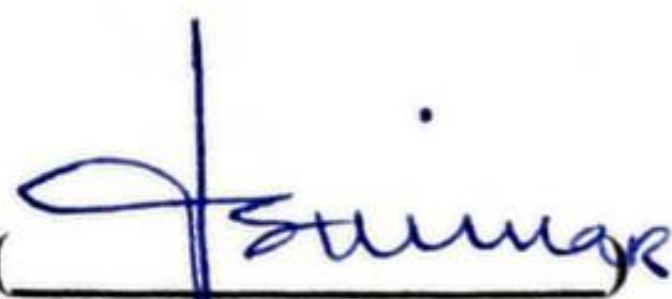
:

Tanda Tangan

1. Yumanraya Noho, S.Pd., M.Sc
NIP. 19880613 201504 2 002

1. ()

2. Asminar Mokodongan, SE., M.M.Par
NIP. 19770828 200501 2 004

2. ()

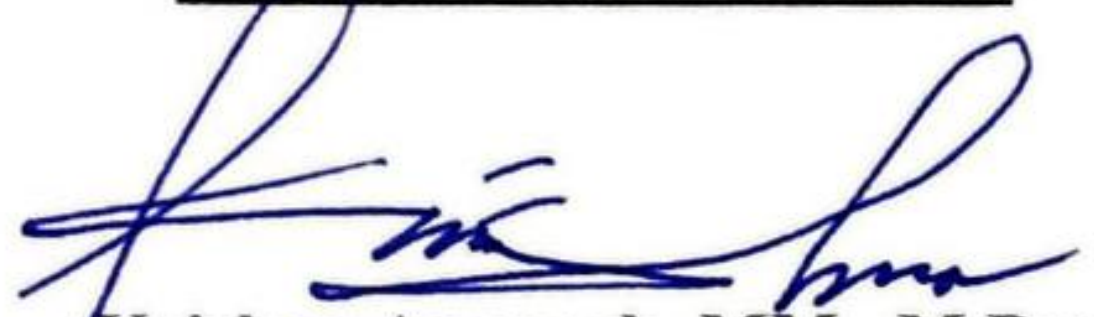
3. Lisna Bantulu, S.Pd., M.Sc
NIP. 19810107 201012 2 002

3. ()

Gorontalo, November 2021

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata


Krishna Anugrah, MM., M.Par

NIP. 19761118 200604 1 001

**“PREFERENSI KONSUMEN DALAM MEMILIH TRAVELOKA
SEBAGAI *ONLINE TRAVEL AGENT* (OTA) DI GRAND Q HOTEL
GORONTALO”**

TUGAS AKHIR

Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Diploma pada Program Vokasi Jurusan Pariwisata
Universitas Negeri Gorontalo

Disusun oleh :

Dwira Hayu Rauf

NIM : 331318012

Disetujui oleh

Pembimbing I



Asminar Mokodongan, SE., M.M.Par
NIP. 19770828 200501 2 004

Pembimbing II



Lisna Bantulu, S.Pd., M.Sc
NIP. 19810107 201012 2

Mengetahui,

Ketua Jurusan Pariwisata



Krishna Anugrah, MM., M.Par
NIP. 19761118 200604 1 001

ABSTRAK

Dwirahayu Rauf, NIM 331318012. **“Preferensi Konsumen Dalam Memilih Traveloka Sebagai *Online Travel Agent (OTA)* di Grand Q Hotel Gorontalo”**
Tugas Akhir Jurusan Diploma III Pariwisata, Program Vokasi, Universitas Negeri Gorontalo, 2020 dibawah bimbingan Asminar Mokodongan, S.E.,MM.Par. selaku pembimbing I dan Lisna Bantulu, S.Pd.,M.Sc. selaku pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui preferensi konsumen yang lebih memilih traveloka sebagai OTA di hotel Grand Q Gorontalo. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Mengapa konsumen lebih memilih Traveloka sebagai situs pemesanan kamar di hotel Grand Q Gorontalo dan Manakah jenis Atribut produk yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian aplikasi traveloka pada konsumen yang pernah menginap di Grand Q Hotel Gorontalo. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif, prosedur pengumpulan data yang diperoleh melalui pengumpulan angket/kuesioner, observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka, sumber data diperoleh dari data primer dan sekunder. Berdasarkan hasil penelitian bahwa atribut produk (Merek, Desain Produk, Kualitas Produk dan Harga) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian *voucher* hotel melalui aplikasi traveloka di Hotel Grand Q. Atribut yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen pada *voucher* traveloka yaitu kualitas produk dengan kontribusi atau pilihan jawaban ya 78 responden.

Kata Kunci : Preferensi Konsumen, Atribut Produk, OTA Traveloka

ABSTRACT

Dwirahayu Rauf, Student ID Number 331318012. “**Consumer Preference in Choosing Traveloka as an Online Travel Agent (OTA) at Grand Q Hotel Gorontalo**”. Final Project of Diploma III in Tourism, Vocational Program, State University of Gorontalo, 2021. The Principal Supervisor is Asminar Mokodongan, SE, MM.Par, and the Co-supervisor is Lisna Bantulu, S.Pd., M.Sc.

This study aims to determine consumers' preferences in choosing Traveloka as an Online Travel Agent (OTA) at the Grand Q hotel Gorontalo. The formulation of the problem in this study is why consumers prefer Traveloka as a platform to book a room at the Grand Q hotel Gorontalo, and which product attributes have the most influence on the decision to purchase the Traveloka application for consumers who have stayed at the Grand Q Hotel Gorontalo. This study applies a quantitative research method. Data collection procedures were obtained through the collection of questionnaires, observations, interviews, documentation, and literature studies. Data sources were obtained from primary and secondary data. The results indicated that the product attributes (Brand, Product Design, Product Quality, and Price) have a significant effect on purchasing decisions for hotel vouchers through the Traveloka application at Hotel Grand Q. Meanwhile, the most influential attribute on consumer purchasing decisions on Traveloka vouchers is product quality obtained from the answer of 78 respondents.

Keywords: Consumer Preferences, Product Attributes, OTA Traveloka

