

KATA PENGANTAR

Segala bentuk puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan kasih yang melimpah, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir untuk memenuhi persyaratan akademik dalam mengejar gelar studi Srata Satu Sarjana Manajemen di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya dengan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR *MONETARY VALUE, QUALITY OF BENEFITS VALUE, SOCIAL STATUS VALUE, INFORMATION VALUE, DAN PREFERENCE VALUE* TERHADAP *PURCHASE INTENTION* PENGGUNA TRAVELOKA DI SURABAYA”.

Kemudian penulis meyakini bahwa dengan adanya dukungan dari banyak pihak terhadap proses penyelesaian penelitian ini, menyebabkan tugas akhir pemenuhan persyaratan akademik dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Sehingga pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak atas bantuan yang telah diberikan. Dan ucapan terimakasih yang penulis ingin sampaikan secara khusus ditujukan kepada:

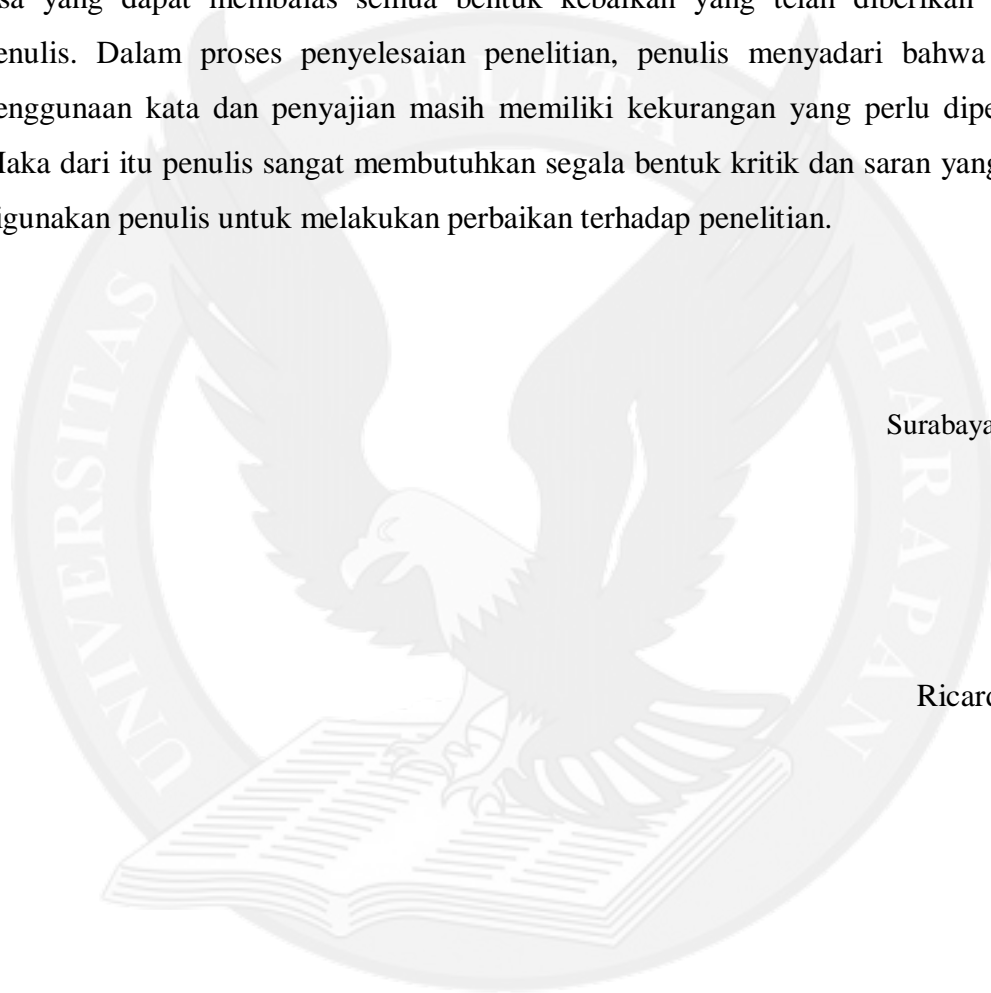
1. Bapak Dr. Ronald, S.T., M.M, CSMA, CDM, PMA, selaku *Executive Director* dan *Associate Dean* serta dosen pembimbing pertama yang telah membantu saya dalam poses penyelesaian penelitian dengan tepat waktu.
2. Ibu Dr. Amelia, S.E., M.M, RFP-I, CSMA, selaku kepala program studi manajemen yang telah memberikan bantuan terhadap segala bentuk permasalahan akademik maupun non-akademik selama perkuliahan yang telah saya lewati serta dosen pembimbing kedua yang telah membantu saya dalam proses penyelesaian penelitian dengan arahan dan masukan yang baik.
3. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Manajemen yang turut memberikan dukungan dan semangat selama proses perkuliahan di Universitas Pelita Harapan Kampus Surabaya.

4. Seluruh kerabat dan teman-teman perkuliahan yang selalu meluangkan waktu untuk membantu penyelesaian penelitian ini.

Atas segala bentuk dukungan dari berbagai pihak, hanya kuasa Tuhan Yang Maha Esa yang dapat membalas semua bentuk kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Dalam proses penyelesaian penelitian, penulis menyadari bahwa dalam penggunaan kata dan penyajian masih memiliki kekurangan yang perlu diperbaiki. Maka dari itu penulis sangat membutuhkan segala bentuk kritik dan saran yang dapat digunakan penulis untuk melakukan perbaikan terhadap penelitian.

Surabaya, 06 Desember 2021

Ricardo Oscar Nathaniel

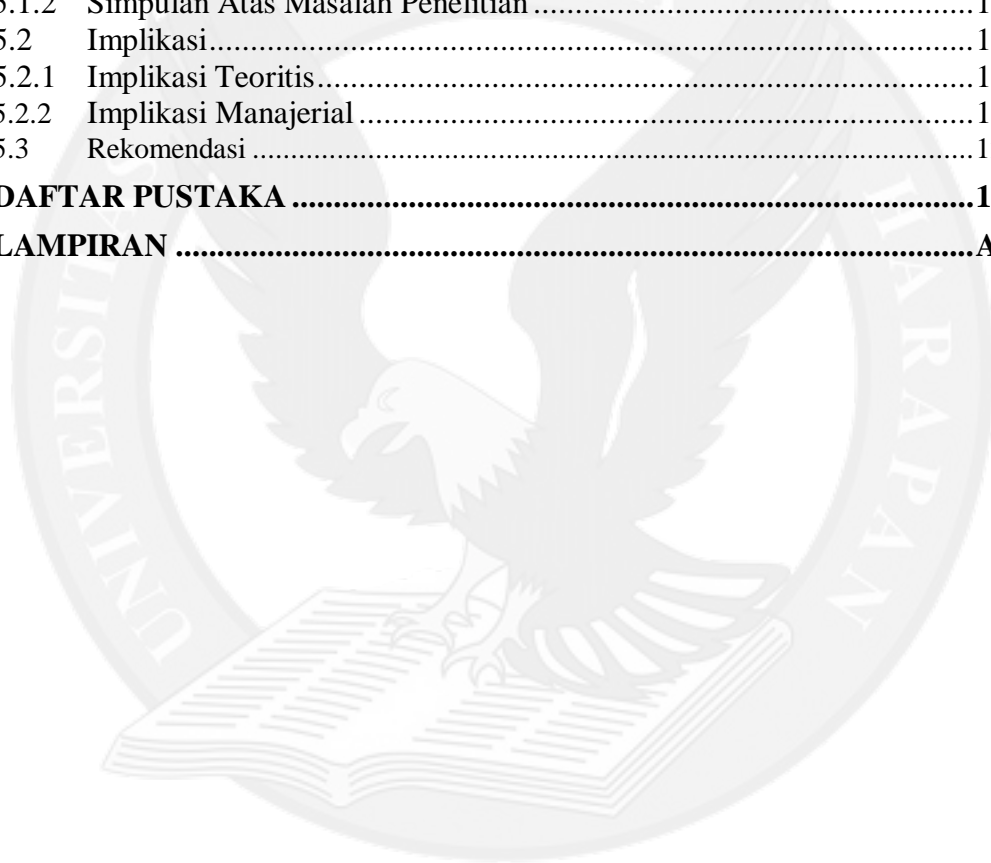


DAFTAR ISI

TUGAS AKHIR	i
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	ii
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Batasan Masalah	10
1.3 Rumusan Masalah	11
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12
1.5.1 Manfaat Teoritis	12
1.5.2 Manfaat Praktis.....	12
1.6 Sistematika Penulisan	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS .15	
2.1 Landasan Teori	15
2.1.1 <i>Monetary Value</i>	15
2.1.2 <i>Quality Of Benefits Value</i>	18
2.1.3 <i>Social Status Value</i>	20
2.1.4 <i>Information Value</i>	22
2.1.5 <i>Preference Value</i>	24
2.1.6 <i>Purchase Intention</i>	27
2.2 Penelitian Terdahulu	30
2.3 Model Penelitian Terdahulu	33
2.4 Pengembangan Hipotesis	34
2.4.1 Pengaruh <i>Monetary Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	34
2.4.2 Pengaruh <i>Quality Of Benefits Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	34
2.4.3 Pengaruh <i>Social Status Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	35
2.4.4 Pengaruh <i>Information Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	36

2.4.5	Pengaruh <i>Preference Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	37
2.5	Model Penelitian	38
2.6	Bagan Alur Berpikir	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		40
3.1	Jenis Penelitian	40
3.2	Populasi Dan Sampel	41
3.2.1	Populasi Penelitian	41
3.2.2	Sampel Penelitian	41
3.3	Metode Pengumpulan Data	43
3.4	Definisi Operasional Dan Pengukuran Variabel	46
3.5	Metode Analisis Data.....	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		65
4.1	Jenis Penelitian	65
4.1.1	Traveloka.....	65
4.1.2	Profil Responden	66
4.1.3	Jenis Kelamin	66
4.1.4	Usia	67
4.2	Analisis Data	68
4.2.1	Tanggapan Responden	68
4.2.1.1	<i>Monetary Value</i>	69
4.2.1.2	<i>Quality Of Benefits Value</i>	70
4.2.1.3	<i>Social Status Value</i>	71
4.2.1.4	<i>Information Value</i>	73
4.2.1.5	<i>Preference Value</i>	74
4.2.1.6	<i>Purchase Intention</i>	75
4.2.2	Analisis Deskriptif Variabel.....	77
4.2.2.1	Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai <i>Monetary Value</i>	77
4.2.2.2	Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai <i>Quality Of Benefits Value</i>	78
4.2.2.3	Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai <i>Social Status Value</i>	80
4.2.2.4	Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai <i>Information Value</i>	81
4.2.2.5	Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai <i>Preference Value</i>	83
4.2.2.6	Deskripsi Tanggapan Responden Mengenai <i>Purchase Intention</i>	84
4.2.3	Hasil Pengujian Kualitas Data.....	85
4.2.3.1	Normalitas Data.....	85
4.2.3.2	<i>Outliers</i>	86
4.2.3.3	<i>Univariate Outliers</i>	87
4.2.3.4	<i>Multivariate Outliers</i>	88
4.2.3.5	<i>Multicollinierity And Singularity</i>	89
4.2.3.6	<i>Confirmatory Factor Analysis (CFA)</i>	89
4.2.3.7	CFA Untuk Variabel Endogen	91
4.2.3.8	Reliabilitas Konstruk	93
4.2.3.9	Analisis <i>Full Structural Equation Modeling</i>	94
4.3	Hasil Pengujian Hipotesis	97
4.3.1	Pengujian Hipotesis 1 (H1)	98

4.3.2	Pengujian Hipotesis 2 (H2)	98
4.3.3	Pengujian Hipotesis 3 (H3)	98
4.3.4	Pengujian Hipotesis 4 (H4)	98
4.3.5	Pengujian Hipotesis 5 (H5)	98
4.4	Pembahasan	100
BAB V KESIMPULAN		116
5.1	Simpulan	116
5.1.1	Simpulan Atas Hipotesis	116
5.1.1.1	Pengaruh <i>Monetary Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	116
5.1.1.2	Pengaruh <i>Quality Of Benefits Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	116
5.1.1.3	Pengaruh <i>Social Status Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	117
5.1.1.4	Pengaruh <i>Information Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	117
5.1.1.5	Pengaruh <i>Preference Value</i> Terhadap <i>Purchase Intention</i>	118
5.1.2	Simpulan Atas Masalah Penelitian	118
5.2	Implikasi	119
5.2.1	Implikasi Teoritis	119
5.2.2	Implikasi Manajerial	121
5.3	Rekomendasi	126
DAFTAR PUSTAKA		127
LAMPIRAN		A-1



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Desain Inti Kuesioner	42
Tabel 3.2	Definisi Operasional	43
Tabel 3.3	Keterangan Indikator Konstruk.....	50
Tabel 3.4	Hubungan Antar Konstruk.....	52
Tabel 3.5	Hasil Konversi Ke Dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Eksogen	53
Tabel 3.6	Hasil Konversi Ke Dalam Persamaan Model Pengukuran Konstruk Endogen.....	54
Tabel 3.7	Indeks Pengujian Kelayakan Sebuah Model (<i>Goodness of Fit Index</i>).....	58
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3	Derajat Penilaian Tanggapan Responden	65
Tabel 4.4	Tanggapan Responden Terhadap Monetary Value.....	65
Tabel 4.5	Tanggapan Responden Terhadap Quality Of Benefits Value	66
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Terhadap Social Status Value.....	68
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Terhadap Information Value	69
Tabel 4.8	Tanggapan Responden Terhadap Preference Value	70
Tabel 4.9	Tanggapan Responden Terhadap Purchase Intention.....	72
Tabel 4.10	Distribusi Jawaban Responden Variabel Monetary Value	73
Tabel 4.11	Distribusi Jawaban Responden Variabel Quality Of Benefits Value.....	75
Tabel 4.12	Distribusi Jawaban Responden Variabel Social Status Value	76
Tabel 4.13	Distribusi Jawaban Responden Variabel Information Value	77
Tabel 4.14	Distribusi Jawaban Responden Variabel Preference Value	79
Tabel 4.15	Distribusi Jawaban Responden Variabel Purchase Intention	80
Tabel 4.16	Hasil Uji Normalitas Data.....	81
Tabel 4.17	Nilai z-score	83
Tabel 4.18	Nilai <i>Mahalanobis Distance</i>	84
Tabel 4.19	Nilai <i>Factor Loading</i> Konstruk Eksogen.....	86
Tabel 4.20	Nilai <i>Factor Loading</i> Konstruk Endogen	88
Tabel 4.21	Reliabilitas Konstruk	89
Tabel 4.22	Indeks Pengujian Kelayakan SEM (Base Model)	91
Tabel 4.23	Indeks Pengujian Kelayakan SEM (Modification Model).....	92
Tabel 4.24	Hasil Uji Hipotesis.....	93
Tabel 4.25	Indikator Variabel Purchase Intentions	101
Tabel 4.26	Indikator Variabel Preference Value	103
Tabel 4.27	Indikator Variabel Information Value	104
Tabel 4.28	Indikator Variabel Social Status Value.....	105

Tabel 4.29	Indikator Variabel Quality of Benefits Value	107
Tabel 4.30	Indikator Variabel Monetary Value	109



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Grafik Penurunan Ekonomi Berdasarkan Wilayah	2
Gambar 1.2	Logo Traveloka	4
Gambar 1.3	Tampilan Awal Traveloka	5
Gambar 1.4	Menu Reschedule Traveloka	6
Gambar 1.5	Spesifikasi Kamar Hotel Traveloka	6
Gambar 1.6	Layanan Test Covid-19 Traveloka	7
Gambar 1.7	Opsi Price Alert Traveloka	8
Gambar 2.1	Model Penelitian	35
Gambar 2.2	Alur Berpikir Penelitian	36
Gambar 3.1	Diagram Alur Kerangka Pemikiran Teoritis	52
Gambar 4.1	Jenis Kelamin Responden	63
Gambar 4.2	Usia Responden	64
Gambar 4.3	<i>Confirmatory Factor Analysis Monetary Value, Quality Of Benefits Value, Social Status Value, Information Value, dan Preference Value</i>	86
Gambar 4.4	<i>Confirmatory Factor Analysis Purchase Intention</i>	87
Gambar 4.5	Model Stuctrural Equation Model	90
Gambar 4.6	Model Modifikasi Stuctrural Equation Model	92

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Kuesioner.....	A-1
Lampiran B	Tabulasi Data	B-1
Lampiran C	Hasil Analisis Data.....	C-1
Lampiran D	Turnitin	D-1

