

**PENGARUH *CONTENT MARKETING* TERHADAP NIAT BELI
TIKET PERJALANAN DAN *BOOKING* HOTEL PADA
APLIKASI *ONLINE TRAVEL AGENT (OTA)* TRAVELOKA**

**MUHAMAD IRPAN SUWANDI
8223164152**



**Karya Ilmiah ini disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019**

***THE INFLUENCE OF CONTENT MARKETING TOWARD
PURCHASE INTENTION FOR TRAVEL TICKET AND BOOKING
HOTEL ON ONLINE TRAVEL AGENT APPLICATION
TRAVELOKA***

***MUHAMAD IRPAN SUWANDI
8223164152***



***This Scientific Paper was arranged to meet one of the requirements for
obtaining an Associate Expert Degree at the Faculty of Economics, Universitas
Negeri Jakarta***

***MARKETING MANAGEMENT STUDY PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2019***

ABSTRAK

Muhamad Irpan Suwandi, 2019, 8223164152, judul karya ilmiah “Pengaruh *Content Marketing* Terhadap Niat Beli Tiket Perjalanan Dan *Booking Hotel* Pada Aplikasi *Online Travel Agent (OTA)* Traveloka”. Program Studi Manajemen Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana *Content Marketing* dapat mempengaruhi Niat Beli konsumen terhadap produk tiket perjalanan dan *booking hotel* pada aplikasi *Online Travel Agent (OTA)* Traveloka. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data primer yang diperoleh dari 100 orang responden menggunakan media kuesioner *online* google form. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik *Non-probability Sampling* yang kemudian diolah dengan menggunakan metode Regresi Linier Sederhana. Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa *Content Marketing* mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Niat Beli tiket perjalanan dan *booking hotel* pada aplikasi OTA Traveloka. Hal ini dapat diketahui dari hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2) yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0.786, dan *R Square* sebesar 0.618.

Kata Kunci: *Content Marketing*, Niat Beli, *Online*, *Booking*, Perjalanan

ABSTRACT

Muhamad Irpan Suwandi, 2019, 8223164152, title of the scientific paper "The Influence of Content Marketing Toward Purchase Intention for Travel Ticket and Booking Hotel On Online Travel Agent (OTA) Application Traveloka". Marketing Management Study Program, Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta.

This study aims to find out how Content Marketing can influence consumers Purchase Intention on travel ticket products and booking hotels in Traveloka's Online Travel Agent (OTA) application. This study was conducted by collecting primary data obtained from 100 respondents using the Google Form online media questionnaire. The technique of collecting data uses a non-probability sampling technique which is then processed using the Simple Linear Regression method. From the results of this study it was found that Content Marketing has a positive and significant influence on Intention to Buy travel tickets and book hotels on Traveloka OTA applications. This can be known from the results of the Coefficient of Determination Test (R^2) which shows the value of the correlation coefficient (R) of 0.786, and R Square of 0.618.

Keywords: Content Marketing, Purchase Intention, Online, Booking, Travel

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Jakarta



Prof. Dr. Dedi Purwana E. S., M. Bus
NIP. 196712071992031001

Nama
Ketua Sidang

Tanda Tangan

Tanggal

Dra. Sholikhah, M.M.
NIP. 19620623 1990032 001



21 Agustus 2019

Penguji Ahli

Dra. Basrah Saidani, M.M.
NIP. 19630119 1992032 001



21 Agustus 2019

Dosen Pembimbing

Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si
NIP. 19720617 1999031 001



21 Agustus 2019

LEMBAR ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya Ilmiah ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik Ahli Madya, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Karya Ilmiah ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 8 Agustus 2019

Yang membuat pernyataan,



Muhamad Irpan Suwandi
NIM. 8223164152

KATA PENGANTAR

Segala puji serta syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang atas limpahan berkah, nikmat, serta karunia-nya, penulis dapat menyelesaikan Karya Tulis Ilmiah ini dengan judul “**Pengaruh *Content Marketing* terhadap Niat Beli Tiket Perjalanan dan *Booking Hotel* Pada Aplikasi *Online Travel Agent* (OTA) Traveloka”.**

Karya tulis ini tentunya tidak dapat tercipta tanpa adanya dukungan moril, refrensial, serta bentuk dukungan lainnya dari berbagai pihak yang sangat saya syukuri keberadaannya. Terima kasih kepada kedua orang tua saya yang teramat sangat saya cintai dan saya banggakan. Terima kasih untuk segala doa, dukungan serta bimbingannya selama ini.

Tidak lupa, penulis juga ingin mengucapkan Terima Kasih yang sebesar-besarnya, kepada berbagai pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan karya tulis ini. Diantaranya adalah:

1. Bapak Setyo Ferry Wibowo, SE., M.Si., selaku dosen pembimbing.
2. Prof. Dr. Dedi Purwana, E.S., M. Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
3. Dra. Solikhah, MM., selaku Koordinator Program Studi Manajemen Pemasaran.
4. Seluruh Dosen Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu yang sangat bermanfaat bagi peneliti selama menempuh studi Manajemen Pemasaran.

5. Para Responden yang telah meluangkan waktunya untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner peneliti.
6. Serta Rekan-rekan teman sejawat dan pihak lain yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah membantu peneliti dalam menyelesaikan karya tulis ini secara langsung maupu tidak langsung.

Karya tulis ini tentunya belum sempurna baik dalam segi materi, maupun penyajian. Oleh karena itu, peneliti berharap agar penelitian ini dapat disempurnakan melalui penelitian-penelitian selanjutnya. Semoga penelitian ini dapat dimanfaatkan untuk kepentingan perkembangan IPTEK dikemudian hari. Penulis sangat mengharapkan dan bersedia untuk menerima segala krtitik serta saran yang membangun demi terciptanya karya tulis yang lebih baik.

Jakarta, 1 Agustus 2019

Penulis