



**Memahami Persepsi *Brand Equity* Dari Sisi *Committed Customer* Serta Perjalanan
Keputusan Memilih Aplikasi Traveloka (Studi Deskriptif Kualitatif Berdasar
Customer Based Brand Equity Pada Aplikasi Traveloka)**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan

Pendidikan Strata I

Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Diponegoro

Disusun Oleh :

Nama : Fafan Suryo Nugroho

NIM : 14030114130102

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG**

2019

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

KARYA ILMIAH (SKRIPSI)

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap : Fafan Suryo Nugroho
2. Nomor Induk Mahasiswa : 14030114130102
3. Tempat / Tanggal Lahir : Semarang / 13 Juni 1996
4. Jurusan / Program Studi : Ilmu Komunikasi
5. Alamat : Jl Sambiroto VII No. 18 Rt 10/02 Kel. Sambiroto,
Kec. Tembalang, Kota Semarang

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi) yang saya tulis berjudul : **Memahami Persepsi *Brand Equity* Dari Sisi *Committed Customer* Serta Perjalanan Keputusan Memilih Aplikasi Traveloka (Studi Deskriptif Kualitatif Berdasar *Customer Based Brand Equity* Pada Aplikasi Traveloka)**

Adalah benar-benar Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil jiplakan karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, Juni 2019

Pembuat Pernyataan;

Fafan Suryo Nugroho

NIM : 14030114130102

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : **Memahami Persepsi *Brand Equity* Dari Sisi *Committed Customer* Serta Perjalanan Keputusan Memilih Aplikasi Traveloka (Studi Deskriptif Kualitatif Berdasar *Customer Based Brand Equity* Pada Aplikasi Traveloka)**

Nama Penyusun : Fafan Suryo Nugroho
NIM : 14030114130102
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I

Semarang, 28 Juni 2019

Dekan

Wakil Dekan I



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP
NIP. 19640827.199001.1.001



Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si
NIP. 19610510 198902 1 002

Dosen Pembimbing :

1. Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si

(..........)

Dosen Penguji Skripsi :


1. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc

(..........)

2. Djoko Setyabudi, S.Sosm M.M

(..........)

3. Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si

(..........)

\

HALAMAN MOTTO

NEVER AFRAID

UCAPAN TERIMAKASIH

Dalam proses penyusunan skripsi, penulis mendapatkan banyak bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tanpa halangan yang berarti. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati, penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah menyediakan segala fasilitas dan bantuan.
2. Dr. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos, MA selaku Kepala Departemen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah menyediakan segala fasilitas dan bantuan.
3. Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si selaku dosen wali dan dosen pembimbing mata kuliah skripsi penulis. Terima kasih telah memberikan masukan, dan saran selama penulis menjadi mahasiswa di Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP dan senantiasa dengan sabar membimbing dan mengarahkan penulis dalam penulisan skripsi ini.
4. Drs. Tandiyo Pradekso, M.Sc dan Djoko Setyabudi, S.Sosm M.M selaku dosen penguji yang telah memberikan saran serta arahan pada saat filter dan saat sidang akhir.
5. Seluruh dosen karyawan Departemen Ilmu Komunikasi Fisip Undip. Terimakasih atas ilmu-ilmu yang diberikan selama saya menuntut ilmu dikampus tercinta. Semoga ilmu yang sudah saya dapatkan ini kelak dapat bermanfaat untuk diri saya maupun orang lain.

Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan kali ini. Terimakasih atas semua bentuk dukungan maupun bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam proses penyusunan skripsi, dukungan dari berbagai pihak, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi tanpa halangan yang berarti. Oleh karena itu, dengan ketulusan hati, penulis mengucapkan terimakasih dan mempersembahkan skripsi ini kepada :

1. ALLAH SWT atas kasih dan karunia-Nya.
2. Papa Fajar Basuki dan Mama Tri Munindrawati terima kasih atas kasih sayang tulus, dukungan, dan doa yang tak pernah putus dipanjatkan. Terima kasih telah menjadi penyemangat agar penulis segera menyelesaikan skripsi. Terima kasih telah menjadi motivator terbaik.
3. Kakak saya Fani Suryo Wibowo beserta keluarga yang telah memberi dukungan dan doa.
4. Teman teman dari kontrakan Pakde Bambang Group (Robbi Eka, Hutomo Yoga, Fernando Simamora) terima kasih sudah selalu bersedia menjadi tempat untuk penulis mengerjakan skripsi ini hingga selesai.
5. Teman dari kos-kosan Prio. Tempat para pejuang detik detik terakhir pendaftaran sidang, terima kasih atas tempat yang nyaman untuk mengejar penyelesaian skripsi ini.
6. Teman-teman Komunikasi 2014. Terima kasih sudah menjadi teman satu tim, sahabat, dan keluarga selama kuliah.
7. Toko ProTrader yang telah menyediakan banyak sekali e-book dengan harga terjangkau yang dibutuhkan untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Selain itu Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk perkembangan riset di Indonesia.

**Memahami Persepsi *Brand Equity* Dari Sisi *Committed Customer* Serta
Perjalanan Keputusan Memilih Aplikasi Traveloka (Studi Deskriptif
Kualitatif Berdasar *Customer Based Brand Equity* Pada Aplikasi Traveloka)**

Nama : Fafan Suryo Nugroho

NIM : 14030114130102

Jurusan : S-1/Ilmu Komunikasi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana persepsi *Brand Equity* dari sisi *Committed Customer* serta perjalanan keputusan memilih aplikasi Traveloka. Penelitian ini dilatarbelakangi karena terdapat banyak ulasan berbau kritik tajam aplikasi Traveloka ini yang tercantum pada kolom halaman *review* Google Play Store.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Proses Respon khususnya menggunakan framework *consumer decision journey*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam kepada 6 informan.

Dari penelitian yang telah dilakukan, ditemukan bahwa *committed customer* ini menilai berdasarkan empat poin *customer based brand equity*. Mereka dapat menilai kualitas yang Traveloka berikan. Kemudian mereka dapat mengidentifikasi dengan menyebutkan bahwa itu sebuah *platform* yang menyediakan segala macam kebutuhan perjalanan. Lalu mereka dengan mudah menyebutkan fitur spesifik seperti penerapan harga total atau *fix price* ataupun fitur Traveloka Points. Terakhir mereka loyal dengan aplikasi Traveloka. Dalam perjalanan menggunakan aplikasi Traveloka, para *committed customer* ini melaksanakan enam poin proses *decision journey*, namun terdapat yang melewati tahapan yang seharusnya mereka lewati terlebih dahulu sebelum akhirnya memutuskan menggunakan produk, yaitu aplikasi Traveloka ini.

Kata Kunci : ekuitas merek, perjalanan keputusan konsumen, aplikasi Traveloka

**Understanding Brand Equity Perception From Committed Customer
Perspective and Decision Journey Choosing Traveloka Application
(Descriptive Qualitative Study In Accordance to Customer Based Brand
Equity on Traveloka Application)**

Name : Fafan Suryo Nugroho

NIM : 14030114130102

Departement : S-1 / Communication Sciences

ABSTRACT

This research aims to understand Brand Equity Perception From Committed Customer Perspective and Decision Journey Choosing Traveloka Application. This research is conducted following the presence of many critical reviews on Traveloka application in Google Play Store.

This study is completed using descriptive qualitative method. The main theory of this study is Process Response Theory along with consumer decision journey framework in particular. The data collection method is conducted through in-depth interview of 6 informants.

From the observation, it was found that committed customers assess four points based on customer based brand equity. The evaluation of committed customers reveals that the quality Traveloka delivers is excellent. They can also identify it further by mentioning that Traveloka application offers different kinds of travel necessity, like Fix Price or Traveloka Points. Lastly, they fall into the committed customers category, which means they are very loyal to Traveloka application and never tried any of its competitors. In their respective Traveloka application usage some of these committed customers undergo completely the six points decision journey but there are some of them who also goes through several steps that they should have completed before deciding to use the product, which is Traveloka application.

Key word : brand equity, consumer decision journey, Traveloka

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena telah melimpahkan rahmat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Memahami Persepsi *Brand Equity* Dari Sisi *Committed Customer* Serta Perjalanan Keputusan Memilih Aplikasi Traveloka (Studi Deskriptif Kualitatif Berdasar *Customer Based Brand Equity* Pada Aplikasi Traveloka)” terselesaikan dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menempuh ujian Sarjana Ilmu Komunikasi.

Berawal dari munculnya fenomena *start-up online travel agent* Traveloka, yang mempengaruhi cara orang dalam membeli kebutuhan perjalanan, banyak orang saat ini lebih mengandalkan teknologi digital seperti aplikasi Traveloka sebagai sarana membeli kebutuhan perjalanan. Namun kenyataannya ternyata dibalik itu aplikasi ini terdapat banyak ulasan negatif dari para penggunanya sendiri. Sehingga peneliti tertarik untuk memahami bagaimana persepsi *brand equity* dari sisi *committed customer* serta perjalanan keputusan memilih aplikasi Traveloka.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun bagi kesempurnaan skripsi ini agar dapat bermanfaat dikemudian hari.

Semarang, Juni 2019

Penulis,

DAFTAR ISI

Contents

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN MOTTO	iv
UCAPAN TERIMAKASIH	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I	Error! Bookmark not defined.
PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
1.1 Latar Belakang	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4 Signifikansi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.4.1 Signifikansi Teoritis	Error! Bookmark not defined.
1.4.2 Signifikansi Praktis	Error! Bookmark not defined.
1.4.3 Signifikansi Sosial	Error! Bookmark not defined.
1.5 Kerangka Teori	Error! Bookmark not defined.
1.5.1 Paradigma Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.5.2 State of the Art	Error! Bookmark not defined.
1.5.3 Deskriptif Kualitatif	Error! Bookmark not defined.
1.5.4 Customer Based Brand Equity	Error! Bookmark not defined.
1.5.5 Response Theory Process (Teori Proses Respon)	Error! Bookmark not defined.
1.6 Operasionalisasi Konsep	Error! Bookmark not defined.
1.6.1 Customer Based Brand Equity	Error! Bookmark not defined.
1.6.2 Consumer Decision Journey	Error! Bookmark not defined.
1.7 Metodologi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1.7.1 Tipe Penelitian	Error! Bookmark not defined.

1.7.2 Unit Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.7.3 Jenis & Sumber Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.7.4 Teknik Pengumpulan Data	Error! Bookmark not defined.
1.7.5 Analisis Data.....	Error! Bookmark not defined.
1.7.6 Kualitas Data.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II.....	Error! Bookmark not defined.
GAMBARAN UMUM.....	Error! Bookmark not defined.
2.1 Traveloka.....	Error! Bookmark not defined.
2.2 Profil Aplikasi Traveloka	Error! Bookmark not defined.
BAB III.....	Error! Bookmark not defined.
TEMUAN PENELITIAN.....	Error! Bookmark not defined.
3.1 Identitas Informan.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Deskripsi	Error! Bookmark not defined.
3.2.1 Keseluruhan Informan	Error! Bookmark not defined.
BAB IV.....	Error! Bookmark not defined.
ANALISIS & PEMBAHASAN.....	Error! Bookmark not defined.
4.1 Pengetahuan umum konsumen mengenai Traveloka.....	Error! Bookmark not defined.
4.2 Keunikan Traveloka yang Membuat Konsumen Setia Menggunakannya.....	Error! Bookmark not defined.
4.3 Proses konsumen dalam menggunakan Traveloka.....	Error! Bookmark not defined.
BAB V.....	Error! Bookmark not defined.
PENUTUP.....	Error! Bookmark not defined.
5.1 Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2 Implikasi Penelitian	Error! Bookmark not defined.
5.2.1 Implikasi Teoritis	Error! Bookmark not defined.
5.2.2 Implikasi Praktis.....	Error! Bookmark not defined.
5.2.3 Implikasi Sosial	Error! Bookmark not defined.
5.3 Rekomendasi	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Capture Critical Review Traveloka 1.....	2
Gambar 1.2 Capture Critical Review Traveloka 2.....	3
Gambar 1.3 Capture Critical Review Traveloka 3.....	4
Gambar 1.4 Capture Critical Review Tiket.com 1.....	5
Gambar 1.5 Capture Critical Review Tiket.com 2.....	6
Gambar 1.6 Capture Critical Review Tiket.com 3.....	7
Gambar 2.1 Aplikasi Traveloka.....	31
Gambar 2.2 Bagian Muka Aplikasi Traveloka.....	32
Gambar 2.3 Fitur Pemesanan Pesawat & E-Boarding Pass / E-Ticket.....	33
Gambar 2.4 Fitur Pemesanan Hotel.....	34
Gambar 2.5 Fitur Bundling Tiket Pesawat & Hotel.....	35
Gambar 2.6 Fitur Traveloka Xperience.....	36
Gambar 2.7 Fitur Pilihan Transportasi Darat.....	37
Gambar 2.8 Fitur Macam Macam Diskon Yang Diberikan Traveloka.....	38
Gambar 2.9 Fitur Traveloka Points & Fitur Paylater.....	39
Gambar 3.1 User Interface.....	42
Gambar 3.2 Pilihan Maskapai Rute Mancanegara.....	43
Gambar 3.3 Pilihan Akomodasi Mancanegara.....	44
Gambar 3.4 Fitur Paket Hotel & Pesawat.....	46
Gambar 3.5 Fitur E-Ticket.....	47
Gambar 3.6 Fitur Traveloka Xperience.....	48

Gambar 3.7 Traveloka Points.....	49
Gambar 3.8 Paylater.....	50