

BAB II

GAMBARAN UMUM TRAVELOKA

2.1 Profil Perusahaan

Traveloka merupakan platform online travel agent yang banyak digunakan salah satunya di Indonesia. Traveloka mulai didirikan pada tahun 2012 oleh Ferry Unardi yang merupakan salah satu alumnus dari Universitas Purdue dan pernah berkuliah di universitas Harvard. Traveloka diciptakan bermula dari tujuan untuk mencari pemesanan tiket pesawat sesuai dengan keinginan Ferry Unardi. Berdasarkan masalah tersebut maka Ferry Unardi mengambil keputusan untuk berhenti melanjutkan Pendidikan di Universitas Harvard dengan memilih untuk menciptakan sebuah mesin pencari tiket akomodasi pesawat untuk kebutuhan perjalanan wisata setiap orang dengan mudah.

Pengalaman dan ilmu yang diperoleh Ferry Unardi selama bekerja di Microsoft menjadi modal untuk menciptakan Traveloka bersama Albert Zhang dan Derianto Kusuma sebagai rekan usaha. konsep awal fungsi dari Traveloka sebagai mesin pencarian dan untuk membandingkan harga tiket pesawat dari situs-situs lain. Pada tahun 2013 fungsi Traveloka beralih sebagai fasilitator pemesanan tiket pesawat. Awal rilis Traveloka tidak ada perusahaan transportasi udara yang ingin bekerjasama sehingga Traveloka sebagai reseller tiket pesawat pada waktu itu. Optimisme dan keyakinan dari Ferry Unardi pada Traveloka dapat memberikan layanan akomodasi yang menjadi kebutuhan perjalanan wisata masyarakat. Ferry Unardi juga berusaha

mengenalkan Traveloka kepada pihak maskapai penerbangan agar tertarik bergabung menjadi mitra. Selama satu tahun berlalu, pada tahun 2014 Traveloka telah menyediakan jasa pemesanan hotel. Hotel yang menjalin kerjasama dengan Traveloka tersebar di Asia Tenggara, Jepang, Australia dan Korea Selatan. Kunjungan situs Traveloka telah diakses sebanyak 150.000 lebih dan telah menjual tiket sebanyak puluhan ribu sampai lebih per harinya. Traveloka dikenal sebagai salah satu online travel agent terkenal di negara Indonesia yang memberikan beragam fasilitas kebutuhan perjalanan wisata. Traveloka melakukan upaya memberikan keamanan data bagi pengguna, mempermudah penggunaan fitur, menyediakan kualitas sistem platform yang stabil, dan mempermudah mencari tiket akomodasi. Traveloka juga memiliki inovasi yang semakin lebih baik sampai saat ini dengan menyediakan akses pencarian dan membeli berbagai jenis kebutuhan perjalanan wisata, kegiatan atau acara atraksi lokal dan layanan pembayaran.

2.2 Visi dan Misi

Visi dan misi merupakan dasar dari pedoman dan tujuan yang ingin dicapai oleh setiap perusahaan. Visi pada perusahaan bertujuan untuk mengetahui tujuan atau cita-cita perusahaan dimasa mendatang.

Visi yang dimiliki perusahaan Traveloka yaitu :

1. Menjadikan kegiatan traveling lebih mudah, cepat, dan menyenangkan melalui teknologi.
2. Menjadi salah satu perusahaan biro perjalanan wisata (agen perjalanan) terbaik di Indonesia.

3. Memberikan kontribusi dalam meningkatkan industri pariwisata dan transportasi perjalanan di Indonesia.

Sedangkan, misi yang dimiliki perusahaan bertujuan untuk menentukan strategi yang dilakukan untuk mencapai tujuan sehingga menentukan karakteristik dari perusahaan yang dibangun. Misi yang dimiliki Traveloka yaitu :

1. Selalu menghadirkan produk-produk dan layanan terbaik.
2. Memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi setiap pelanggan.
3. Secara terus menerus meningkatkan kemampuan SDM dan infrastruktur perusahaan sehingga dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada seluruh pelanggannya.
4. Menjalin dan meningkatkan kerja sama dengan semua mitra usaha baik domestik (lokal) dan internasional.

2.3 Logo Traveloka

Logo merupakan simbol yang memiliki makna atau filosofi dari identitas suatu produk, perusahaan, organisasi dan lain-lain. Logo perusahaan Traveloka memiliki makna setiap gambar, warna dan tulisan yang ada. Gambar burung Godwit memiliki makna meskipun memiliki fisik yang kecil tetapi dapat terbang dengan jarak yang jauh sampai ribuan kilometer tanpa berhenti dan memiliki karakter yang suka berpetualang ke berbagai wilayah didunia, maka dari gambaran tersebut Traveloka berharap dapat sebagai penyedia jasa perjalanan wisata yang tidak berhenti beroperasi dan semakin

berkembang sehingga dikenal oleh masyarakat. Logo Traveloka identik dengan warna biru yang memiliki simbol dari produktivitas dan kestabilan yang sesuai dengan visi dari Traveloka sebagai platform *online travel agent* yang menggambarkan kebebasan untuk pergi kemanapun, selain itu merupakan simbol kepercayaan sehingga mencerminkan citra perusahaan yang terpercaya bagi setiap orang yang ingin melakukan perjalanan wisata dan mitra bisnis Traveloka.



Gambar 2. 1 Logo perusahaan

Sumber : <https://www.Traveloka/id> (2023)

2.4 Tagline Traveloka

Setiap perusahaan baik yang menawarkan produk atau layanan juga memiliki tagline. Tagline merupakan kalimat yang memuat pesan yang mudah diingat dan mempresentasikan suatu produk. Tagline membantu sebagai pembeda dengan merek pesaing lain dan identitas produk untuk dikenalkan pada konsumen. Traveloka memiliki tagline yaitu “*Life, Your Way*” yang menjadikan traveloka sebagai platform perjalanan wisata yang menawarkan pengalaman wisata dengan mengutamakan teknologi untuk solusi beragam layanan perjalanan wisata. Tagline ini memberikan cerminan misi Traveloka yang membantu pelanggan mencapai impian dan kebutuhan berwisata agar lebih mudah. Tagline ini diposisikan sebagai perusahaan

teknologi yang berfokus pada kebutuhan dan pengalaman dari lintas generasi yang terdapat tiga kunci utama Traveloka yaitu 1) Solusi layanan dan produk yang secara menyeluruh untuk bermacam-macam masalah, 2) Menjamin kualitas layanan dan fitur-fitur yang terbaik untuk kenyamanan pelanggan, dan 3) penawaran harga yang memberikan untung kepada pelanggan.

2.5 Macam-Macam Layanan Traveloka

Traveloka menyediakan layanan-layanan dengan memperhatikan kebutuhan pengguna yang semakin bertambah sehingga menjadi salah satu inovasi dan komitmen perusahaan untuk tetap bertahan dan berkembang memberikan layanan yang terbaik. Berikut beberapa macam layanan yang ditawarkan oleh Traveloka :

1. Pemesanan tiket penerbangan pesawat

Layanan pemesanan tiket pesawat yang dimiliki Traveloka telah memiliki kerjasama dengan berbagai maskapai penerbangan di seluruh dunia. Traveloka memiliki cabang diberbagai negara terutama di Asia Tenggara seperti Vietnam, Singapura, Filipina dan Malaysia sehingga tiket pesawat mudah dicari oleh konsumen yang sesuai kebutuhan, tujuan destinasi wisata, anggaran mulai dari yang termurah dan pilihan maskapai dari seluruh dunia. Traveloka menyediakan fitur untuk konsumen agar mudah mencari bandara yang terdekat sampai tersedia pilihan class diantaranya economy (ekonomi), premium economy, business dan first class.

2. Pemesanan tiket kereta api

Kereta api sebagai transportasi massal yang digunakan orang untuk melakukan perjalanan wisata ataupun pulang kampung bagi perantau. Fitur pemesanan tiket kereta api Traveloka bekerjasama dengan PT. KAI Indonesia yang menyediakan fasilitas seperti wi-fi, makanan yang tersedia, paket diskon dan lain-lain berdasarkan pilihan kereta, tujuan dan waktu pergi. Kereta api terbagi kelas-kelas diantaranya KA Eksekutif, KA Ekonomi, KA Bisnis dan KA Luxury yang memiliki fasilitas, kapasitas dan pelayanan yang berbeda.

3. Pemesanan tiket bus & travel

Fitur tiket bus & travel di Traveloka menjadi layanan yang dibutuhkan pengguna untuk mengetahui pilihan layanan bus dan travel dengan rute yang tersedia. Traveloka menyediakan layanan ini untuk mempermudah calon penumpang karena tidak perlu untuk mengantri membeli tiket bus & travel serta pilihan jenis bus sesuai kebutuhan diantaranya premium, VIP, Bisnis, Eksekutif, dan super eksekutif.

4. Hotel

Tempat yang biasanya menjadi tujuan menginap orang yang melakukan perjalanan yaitu hotel. Hotel yang ditawarkan di situs Traveloka memiliki standar pelayanan dan fasilitas yang dibutuhkan bagi orang yang berwisata maupun yang memiliki pekerjaan ke luar kota, sehingga tersedia fasilitas seperti pelayanan kamar, kolam renang, tempat gym,

ruang meeting dan lain-lain. Traveloka juga menawarkan pilihan hotel berdasarkan harga, rating hotel, fasilitas dan lainnya.

5. Apartemen

Pada umumnya orang-orang yang melakukan wisata akan memilih menginap di hotel, namun sekatang kebutuhan dan keinginan wisatawan telah berubah salah satunya penginapan yang memiliki ruang yang lebih luas dan memiliki fasilitas seperti dapur, ruang tamu dan ruang kerja. Fitur apartemen di Traveloka tersedia banyak pilihan mulai dari lokasi, fasilitas, harga dan ulasan yang dari pengguna lain untuk membantu mengambil keputusan.

6. Villa

Villa sebagai alternatif penginapan selain hotel bagi wisatawan yang ingin memiliki pengalaman wisata yang eksklusif dengan fasilitas yang lebih baik seperti akses restoran atau tempat yang bagus, kolam renang pribadi, taman atau area untuk berkumpul mengadakan acara. Harga yang ditawarkan Traveloka untuk sewa villa masih bisa dijangkau wisatawan selain itu informasi lengkap dan banyak pilihan.

7. Paket pesawat dan hotel

Alternatif yang dipilih wisatawan apabila ingin bepergian dengan lebih hemat yaitu paket pesawat dan hotel melalui Traveloka. Paket pesawat & hotel sangat bervariasi sesuai preferensi dan kebutuhan setiap orang seperti tujuan perjalanan, waktu keberangkatan dan kepulangan, serta jenis akomodasi hotel yang dipilih. Fitur ini dapat menghemat waktu dan

tenaga ketika mencari tiket pesawat dan akomodasi hotel sekaligus dengan harga yang lebih terjangkau.

8. Rental mobil

Seorang wisatawan suka untuk menjelajahi ketempat-tempat yang menjadi tujuannya pergi. Wisatawan akan memilih untuk jalan kaki atau menaiki transportasi umum, namun kemungkinan lain wisatawan akan memilih rental mobil untuk lebih leluasa bepergian. Traveloka memanfaatkan peluang tersebut untuk menyediakan layanan rental mobil yang telah bekerjasama dengan mitra rental mobil yang terpercaya, memiliki servis yang berkualitas, serta terdapat rating pengguna asli yang dapat membantu calon pengguna memilih rental mobil yang sesuai. Rental mobil dengan sopir juga tersedia sebagai pilihan pengguna yang memiliki rencana mengajak keluarga atau rombongan.

9. Taksi

Salah satu transportasi yang digunakan orang yaitu taksi telah tersedia dalam layanan Traveloka dengan tujuan setiap orang mudah untuk mencari taksi disekitar mereka sehingga tidak perlu menghubungi pusat panggilan. Pada fitur ini tersedia pilihan pemesanan dengan jemput sekarang yaitu memesan taksi pada waktu dan ditempat itu juga dengan lokasi tujuan kemudian melakukan pembayaran dan mendapatkan taksi, sedangkan pilihan pemesanan dengan jemput nanti yaitu memesan taksi dengan menentukan tanggal, waktu dan tempat penjemputan dengan

lokasi tujuan yang telah ditentukan kemudian melakukan pembayaran dan pihak Traveloka akan mencari sopir yang tersedia,

10. Antar jemput bandara

Traveloka memperhatikan kebutuhan pengguna selain mencari dan membeli tiket pesawat secara online juga memberikan layanan bagi orang yang ingin pergi ke bandara untuk diantar maupun dijemput. Fitur antar jemput ini dapat memudahkan wisatawan ketika ingin menghindari kerumunan dan mencari transportasi sesuai kebutuhan wisatawan dapat memilih antara taksi, mobil sewaan, shuttle bus atau layanan kereta api bandara untuk menjemput wisatawan di bandara ketika datang atau mengantarkan ke bandara ketika berangkat.

11. JR Pass (Japan Rail Pass)

Layanan yang dimiliki Traveloka untuk melakukan pemesanan dan pembelian JR Pass. JR Pass merupakan kartu tiket kereta api yang populer dikalangan wisatawan yang sedang mengunjungi Jepang karena mendapatkan akses yang fleksibel dan memudahkan ketika bepergian ke kota lain dengan transportasi kereta api. JR Pass memiliki beberapa jenis sehingga pengguna dapat memilih sesuai dengan kebutuhan. Fitur JR Pass sangat memudahkan pengguna untuk merencanakan perjalanan wisata dengan menghemat biaya dan mudah mengakses kereta api dengan bebas menjelajahi seluruh wilayah di Jepang tanpa harus membeli tiket secara individu.

12. Xperience

Fitur yang disediakan Traveloka berisi informasi yang lengkap tentang aktivitas, kegiatan atau acara yang tersedia di tempat-tempat wisata yang dikunjungi. Pengguna dapat mencari, memilih, memesan dan mengatur acara yang ingin dilakukan. Fitur ini memberikan bantuan bagi konsumen untuk mengoptimalkan pengalaman perjalanan wisata dengan akses mudah sesuai minat masing-masing. Pengalaman dan kegiatan yang tersedia di fitur Xperience antara lain wahana permainan, pertunjukan atraksi, spa dan lain-lain.

13. Gift voucher

Traveloka menyediakan fitur gift voucher atau hadiah voucher bagi pengguna yang ingin menghadiahkan voucher tersebut kepada orang lain untuk digunakan ketika pembelian tiket akomodasi dan reservasi hotel melalui Traveloka. Gift voucher dapat dijadikan sebagai hadiah yang tepat ketika acara pernikahan, perayaan hari pernikahan, ulang tahun dan lain-lain. Gift voucher berlaku untuk sekali pembelian dan hanya dapat digunakan menggunakan mata uang rupiah Indonesia.

14. Asuransi perjalanan

Perjalanan setiap orang memiliki pengalaman yang menyenangkan namun juga terdapat yang mengalami hal yang tidak menyenangkan. Traveloka sebagai agen perjalanan online memiliki komitmen untuk memberikan perlindungan dari hal-hal yang tidak diinginkan selama perjalanan sehingga Traveloka menyediakan layanan asuransi

diantaranya asuransi perjalanan, asuransi visa, asuransi keterlambatan, asuransi jiwa berjangka, asuransi mobil, asuransi motor, asuransi kesehatan dan asuransi rumah. Traveloka juga bekerjasama dengan mitra asuransi, dan harga yang mudah dijangkau oleh setiap orang.

15. PayLater

Traveloka memiliki kerjasama dengan penyedia layanan pembayaran agar memudahkan transaksi yang aman dan sesuai pilihan metode pembayaran seperti transfer ATM, kartu kredit sampai internet Banking. Traveloka juga menyediakan metode pembayaran cicilan yang berlaku disetiap produk layanan Traveloka. Fitur ini menerapkan konsep konsumen dapat menggunakan jasa atau layanan sekarang dan bisa dibayarkan kemudian hari.

16. Internet luar negeri

Penawaran untuk wisatawan yang melakukan perjalanan ke luar negeri tanpa khawatir masalah penggunaan koneksi internet. Traveloka menyediakan layanan internet diantaranya paket roaming, rental packet wifi dan kartu sim prabayar. Keunggulan yang ditawarkan antara lain pelayanan yang terpercaya dengan proses pemesanan yang mudah dan aman sesuai kebutuhan, memiliki koneksi yang luas diberbagai wilayah diluar negeri dan penawaran yang menarik. Bagi konsumen yang memilih rental packet wifi disarankan sebelum bepergian untuk mengisi daya router wifi sampai penuh agar dapat menggunakan internet dalam sehari.

2.6 Identitas Responden

Identitas responden disajikan untuk mengetahui keadaan atau latar belakang responden sebagai sampel. Identitas responden diuraikan melalui pengelompokan berdasarkan usia, jenis pekerjaan, tingkat pendapatan dan pengeluaran per bulan, dan frekuensi pembelian tiket pesawat, tiket kereta dan tiket reservasi hotel dalam satu tahun terakhir. Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Responden merupakan masyarakat yang berusia lebih dari 18 tahun yang berdomisili di Indonesia dan pernah melakukan pembelian dua kali dalam satu tahun terakhir.

Pengisian kuisisioner penelitian dilakukan secara online melalui Google Form dengan semua responden untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada kuesioner dan secara langsung. Berdasarkan data yang telah diisi oleh responden, diperoleh identitas responden tentang usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendapatan dan pengeluaran per bulan serta frekuensi pembelian per tahun adalah sebagai berikut:

2.6.1 Responden Berdasarkan Usia Responden

Usia responden yang diteliti dalam penelitian ini adalah responden yang berumur 18 tahun sampai dengan usia tertua 58 tahun. Informasi tentang usia responden bertujuan untuk mengetahui rata-rata usia responden. Penentuan interval pada data usi responden berdasarkan pada rumus sturges (Sugiyono, 2007), sebagai berikut :

$$K = 1 + 3,3 \log N$$

$$K = 1 + 3,3 \log 100$$

$$K = 8$$

$$R = \text{nilai max} - \text{nilai min}$$

$$R = 58 - 18$$

$$R = 40$$

$$I = \frac{R}{K}$$

$$I = \frac{40}{8}$$

$$I = 5$$

Keterangan :

K : jumlah kelas

R : range/jangkauan/selisih

I : interval kelas

Tabel 2.1 Data Usia Responden

No	Umur	Frekuensi	Persentase
1.	18 - 22 tahun	56	56
2.	23 - 27 tahun	25	25
3.	28 - 32 tahun	12	12
4.	33 - 37 tahun	3	3
5.	38 - 42 tahun	0	0
6.	43 - 47 tahun	0	0
7.	48 - 52 tahun	0	0
8.	>53 tahun	4	4
Jumlah		100	100

Sumber : Data primer yang diolah (2024).

Berdasarkan data primer yang telah diolah pada tabel 2.1 diketahui bahwa konsumen Traveloka didominasi oleh kalangan usia 18 – 22 tahun yaitu berjumlah 56 responden. Kalangan usia yang sedikit sebagai pengguna Traveloka yaitu 33 – 37 tahun, serta tidak ada responden yang berada dikalangan usia 33 tahun sampai dengan 52 tahun. Hasil data dapat diketahui bahwa Traveloka lebih populer di kalangan generasi muda terutama yang berusia dari 18 sampai 27 tahun dan lebih sering melakukan perjalanan untuk keperluan liburan, pendidikan maupun pekerjaan.

2.6.2 Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Pola pikir seseorang dilatar belakangi oleh Tingkat Pendidikan, gaya hidup serta status sosial. Seseorang yang Tingkatan tinggi dalam Pendidikan terdapat kemungkinan memperoleh pendapatan yang tinggi juga sehingga mempengaruhi pada gaya hidup dan status sosial. Maka diperoleh data pengguna Traveloka berdasarkan tingkat pendidikan terakhir sebagai berikut :

Tabel 2.2 Data Tingkatan Pendidikan Akhir

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase
1.	SMA/SMK	49	49
2.	Sarjana	48	48
3.	Pascasarjana (S2/S3)	3	3
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.2 dapat dilihat dari jumlah 100 responden memiliki latar belakang pendidikan terakhir SMA/SMK berjumlah 49 responden,

kemudian pendidikan terakhir Diploma/Sarjana sejumlah 48 responden dan Pascasarjana sejumlah 3 responden jadi dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden sebagai pengguna Traveloka merupakan responden dengan latar belakang pendidikan akhir SMA/SMK. Maka dapat diketahui bahwa mayoritas yang menggunakan Traveloka adalah konsumen dengan pendidikan akhir sampai tingkat sarjana (SMA/SMK dan Sarjana)

2.6.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan yang dimiliki setiap orang merupakan pekerjaan atau maupun aktivitas utama yang dilakukan responden. Data pengguna Traveloka yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 2.3 Data Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1.	TNI/POLRI/PNS/BUMN	11	11
2.	Karyawan Swasta	19	19
3.	Wiraswasta	1	1
4.	Mahasiswa	60	60
5.	Lain-lain	9	9
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Dari tabel 2.3 dapat diketahui bahwa jenis pekerjaan responden paling banyak sebagai mahasiswa dengan jumlah 60 orang (60%) sedangkan pekerjaan dengan jumlah frekuensi paling sedikit yaitu berkategori lain-lain sejumlah 9 responden (9%). Maka mahasiswa lebih mendominasi untuk melakukan perjalanan wisata dan penggunaan layanan Traveloka.

2.6.4 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Setiap orang memiliki preferensi kebutuhan, minat dan sesuai karakter masing-masing, hal ini juga dipengaruhi oleh jenis kelamin seseorang. Bagi perempuan lebih mementingkan informasi lebih lengkap sedangkan laki-laki cenderung lebih memilih memesan secara praktis dan cepat, sehingga mempengaruhi pilihan produk seperti online travel agent. Data pengguna Traveloka yang diperoleh sebagai berikut :

Tabel 2.4 Data Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1.	Perempuan	54	54
2.	Laki-laki	46	46
	Jumlah	100	100

Sumber : Data Primer yang Diolah (2024)

Tabel 2.4 menunjukkan bahwa paling banyak responden pengguna berjenis kelamin perempuan sejumlah 54 responden dengan persentase yaitu 54%. Sedangkan dari responden yang berjenis kelamin laki-laki sejumlah 46 dengan persentase yaitu 46%. Maka dapat diketahui bahwa perempuan lebih sering melakukan perjalanan wisata dan menggunakan layanan Traveloka.

2.6.5 Responden Berdasarkan Penghasilan Per Bulan

Penghasilan merupakan sejumlah uang yang diperoleh seseorang setelah melakukan pekerjaan tertentu. Penghasilan yang dimiliki setiap orang berbeda antara konsumen yang memiliki penghasilan tinggi dan;

konsumen yang memiliki penghasilan rendah. Berikut data responden yang menggunakan berdasarkan penghasilan per bulan sebagai berikut :

Tabel 2.5 Data Penghasilan Per Bulan

No	Penghasilan Per Bulan	Frekuensi	Persentase
1.	Rp. 500.000 – Rp 1.000.000	25	25
2.	> Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	22	22
3.	> Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	16	16
4.	> Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000	19	19
5.	> Rp. 5.000.000	18	18
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.5 dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki penghasilan perbulan antara Rp. 500.000 – Rp 1.000.000 sebanyak 25 responden dan kategori penghasilan perbulan > Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 sejumlah 22 responden yang rata-rata sebagai mahasiswa maka dikatakan sebagai uang saku. Kategori penghasilan perbulan > Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000 sebanyak 16 responden yang rata-rata didominasi profesi sebagai karyawan swasta. Kategori penghasilan perbulan > Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000 sebanyak 19 responden dan kategori > Rp. 5.000.000 sebanyak 18 responden berprofesi sebagai karyawan swasta, BUMN, TNI/POLRI/PNS. Jadi, pengguna Traveloka mayoritas berasal dari kalangan mahasiswa maka dikatakan sebagai uang saku.

2.6.6 Responden Berdasarkan Frekuensi Pembelian Per Tahun

Frekuensi pembelian yang dimaksud adalah frekuensi pembelian tiket reservasi kamar hotel atau penginapan, tiket pesawat dan layanan lain yang dimiliki Traveloka dalam satu tahun.

Tabel 2.6 Data Pembelian Layanan Traveloka Per Tahun

No	Pembelian Per Tahun	Frekuensi	Persentase
1.	2 – 3 kali	77	77
2.	4 – 5 kali	15	15
3.	> 6 kali	8	8
	Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah (2024)

Berdasarkan tabel 2.7 dapat disimpulkan bahwa pengeluaran rata-rata perbulan yang dikeluarkan responden yaitu 2 – 3 kali sebanyak 77 responden (77%) sering menggunakan Traveloka untuk perjalanan wisata dan menggunakan layanan yang ditawarkan. Jadi, mayoritas pengguna Traveloka melakukan pembelian layanan pertahun sebanyak 2 sampai 3 kali.