

ANALISA GAP ANTARA HARAPAN DAN PERSEPSI KONSUMEN HOTEL TERHADAP DIMENSI *WEBSITE* TRAVELOKA.COM

Gabriella Winata, Eunike Vania Halim, Fransisca Andreani
Program Manajemen Perhotelan, Program Studi Manajemen, Universitas Kristen Petra
Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email : winata.gabriella@yahoo.com ; eunikevn@gmail.com

Abstrak - Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa *gap* antara harapan dan persepsi konsumen hotel terhadap dimensi *website* traveloka.com. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan 150 responden berusia di atas 17 tahun yang pernah melakukan reservasi hotel melalui *website* traveloka.com pada September-Oktober 2016. Teknik analisis yang digunakan adalah uji *mean* dan uji beda t. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat *gap* yang signifikan antara harapan dan persepsi konsumen hotel terhadap dimensi *website* traveloka.com. *Gap* terbesar terdapat pada indikator *image*, dimana gambar-gambar yang tercantum tidak sesuai kenyataan. *Gap* terkecil terdapat pada indikator *user friendly*, dimana traveloka.com mempermudah konsumen untuk mendapat informasi yang dibutuhkan.

Kata kunci:

Gap, Harapan, Persepsi, *Website*, traveloka.com.

Abstract- This study aims to analyze the gap between hotel consumer's expectations and perceptions on website dimensions of traveloka.com. It is a quantitative method with 150 respondents aged over 17 years and who made hotel reservations through traveloka.com's website on September-October 2016. The analysis techniques used are mean test and paired t-test. The results show that there is a significant gap between consumer's expectations and perceptions on the website dimensions of traveloka.com. The biggest gap is on image dimension, in which traveloka.com eases consumers to get their needed information.

Keywords:

Gap, Expectation, Perception, Website, traveloka.com.