

# UNIVERSITAS INTERNASIONAL BATAM

---

Fakultas Ekonomi  
Program Sarjana Manajemen  
Semester Genap 2019/2020

## ANALISIS PENGARUH *TRAVEL WEBSITE* TERHADAP MINAT BELI WISATAWAN DI KOTA BATAM

ANGEL RIA LOY  
NPM: 1641126

### ABSTRAK

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk menguji hubungan struktural antara merek situs web, nilai kepribadian, pengalaman belanja, resiko yang diterima dan keinginan untuk membeli. Internet adalah platform yang kuat untuk distribusi produk dan jasa. Dengan kemudahan internet, banyak hal yang dapat dimanfaatkan untuk memudahkan pekerjaan anda. Hal ini merupakan sebuah kesempatan besar bagi perusahaan *travel online* baik di negara maju maupun berkembang. Baru-baru ini, jumlah pengguna internet dan jumlah pembelian *online* meningkat drastis.

Penelitian ini berfokus di beberapa faktor yang mempengaruhi niat untuk menggunakan aplikasi *travelling*. Selanjutnya tentang perilaku konsumen dalam belanja online terutama pada dampak merek situs web, pengalaman belanja, nilai pribadi, dan resiko yang dirasakan dan niat untuk membeli.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner online di sosial media dan telah diisi sebanyak 315 responden yang dapat digunakan untuk teliti. Data tersebut diolah dengan menggunakan PLS dan hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa merk situs, nilai pribadi, dan pengalaman berbelanja berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen minat beli kecuali resiko yang diterima.

Kata Kunci: wisata, pariwisata, merek situs web, nilai pribadi, pengalaman belanja, minat beli, resiko yang diterima.