

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di awal tahun 2020 ini, dunia dikejutkan dengan penyebaran sebuah virus bernama *coronavirus* atau *SARS-CoV2*. Virus corona atau dikenal dengan nama *Covid-19*. Virus corona ini merupakan virus yang kemungkinan dapat berpindah dari hewan ke manusia. Pada manusia, corona virus menyebabkan infeksi pada sistem respirasi mulai dari flu biasa hingga penyakit yang lebih parah seperti *Middle East Respiratory Syndrome* (MERS) dan *Severe Acute Respiratory Syndrome* (SARS). Untuk melindungi warga dari resiko penularan Presiden Jokowi menetapkan peraturan tentang Pembatasan Sosial Berskala Besar melalui Peraturan Pemerintah (PP) berlaku sejak 1 april 2020. Provinsi pertama yang mengajukan PSBB adalah DKI Jakarta wilayah yang paling tinggi dampaknya. Pemerintah memberlakukan beberapa kebijakan diantaranya dengan memberikan kebijakan social distancing atau physical distancing dengan menjaga jarak minimal satu meter dengan orang lain, tidak melakukan kegiatan di luar rumah tanpa ada urusan yang penting, melakukan kegiatan sekolah secara daring di rumah dan pemberlakuan kerja di rumah atau *work from home*. Pemerintah Indonesia bertindak cepat untuk memutus mata rantai penyebaran *Covid-19* dengan membatasi ruang gerak publik seperti penutupan akses ke luar negeri, penerapan sistem social distancing, penerapan Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ), penerapan *work from home* (WFH), dan mengurangi armada transportasi publik.

Bagi yang sering memesan kamar via OTA pasti sudah familiar dengan aplikasi pemesanan hotel seperti Traveloka, Tiket.com, Trivago.com dan Agoda. Dengan aplikasi tersebut dapat mencari hotel dengan harga termurah dan tidak perlu menggunakan cara kuno lagi seperti menghubungi *travel agent*. Pada dasarnya semua mempunyai fungsi yang sama yaitu pemesanan hotel dan tiket pesawat. Agoda memiliki fasilitas pemesanan tiket pesawat, hotel dan

apartemen. Trivago.com juga memiliki fasilitas pemesanan tiket hotel, b&b dan akomodasi lainnya. Bahkan traveloka dan tiket.com kini sudah memiliki fasilitas pemesanan tiket kereta api, tiket bus, sewa mobil dan tiket *entertainment*. Pada aplikasi ini sama-sama *user friendly*. Tahap-tahap dalam pemesanan hotel mudah dimengerti oleh pengguna. Bagus tidaknya tampilan aplikasi merupakan perspektif tiap orang dalam menikmati tampilan aplikasi. Traveloka dan tiket.com sering mengadakan promo dengan menggandeng bank ataupun operator seluler seperti Telkomsel. Agoda turut menggandeng maskapai untuk pilihan promo seperti promo miles penerbangan. Konsumen mendapat harga yang lebih murah pada aplikasi traveloka dan tiket.com. Namun tidak pada aplikasi agoda. Harga akhir hotel di agoda yang kami pesan ternyata sangat berbeda jauh dengan traveloka dan tiket.com. Hal ini dikarenakan harga Agoda belum termasuk biaya pajak dan lain-lain. Pilihan kami lantas jatuh pada traveloka dan tiket.com, namun baiknya perlu dipertimbangkan lagi berdasarkan kelebihan dan kekurangan dari traveloka dan tiket.com. Untuk pemesanan via Agoda sangat cocok dengan kamu yang suka berburu miles. Karena Agoda sangat gencar memberikan promo Krisflyer Miles seperti Pesan Hotel di Agoda Dapat 2X Miles.

Aplikasi *traveling* yang satu ini masuk dalam jajaran *unicorn* Indonesia. Valuasi Traveloka per akhir 2020 lalu. Lewat Traveloka, konsumen bisa melakukan pemesanan tiket pesawat, kereta api, hingga bus atau travel. Traveloka juga menyediakan layanan sewa mobil. Traveloka juga merambah layanan pemesanan tiket pertunjukan dan hiburan, seperti atraksi, bioskop, kuliner, konser, spa, dan kursus. Menariknya lagi, Traveloka juga memberikan opsi pembayaran dengan PayLater dengan konsep transaksi seperti kartu kredit. Meski didirikan di Jerman, Trivago cukup sukses memperoleh pasarnya di Asia Tenggara, termasuk Indonesia. Trivago adalah aplikasi *traveling* yang bisa membandingkan harga hotel dari beberapa situs sekaligus. Dengan cara ini, konsumen diharapkan bisa mendapat harga pemesanan hotel yang paling bersaing. Trivago membandingkan harga hotel dari situs pemesanan lain, seperti Booking.com, agoda, expedia, Trip.com, pegipegi, dan situs lainnya.

Aplikasi *traveling* populer pertama yang kita bahas adalah Tiket.com, yang sudah beroperasi melayani pelanggan sejak 2012. Berbekal pendanaan awal dari investor lokal perorangan alias *angel investor*, kini Tiket.com sudah menjelma menjadi salah satu startup besar di Indonesia. Tahun 2018 lalu, Tiket.com masuk dalam daftar 30 Promising Growth Stage Startup oleh Majalah Forbes Indonesia. Tiket.com melayani pembelian tiket pesawat, kereta api, sewa mobil, hingga airport transfer di satu aplikasi perjalanan. Pada Mei 2021, Tiket.com dikabarkan akan melakukan penawaran umum perdana saham (IPO). Dengan kantor pusat di Singapura, Agoda awalnya didirikan di Thailand. Perusahaan yang fokus pada pemesanan perjalanan online ini didirikan pada 2005 dan berkembang cukup pesat di Asia. Agoda menyediakan lebih dari 2 juta properti akomodasi termasuk apartemen, vila, rumah, dan hotel. Berbeda dengan aplikasi perjalanan lain yang mengedepankan akomodasi hotel, Agoda justru punya slogan terdepan dalam penyediaan akomodasi non-hotel seperti vila dan rumah.

**Tabel 1.1**  
**Market Share Situs Online Booking Tiket Travel**

No	Nama Travel	Persentase (%)
1	Traveloka	30,5
2	Tiket.com	7,5
3	Trivago.com	5,6
4	Agoda	4,4

*Sumber: TOP Brand-Award 2021*

Berdasarkan Tabel 1.1 menyatakan bahwa Traveloka lebih unggul dari Tiket.com, Trivago.com dan Agoda menempato nomor empat. Keunggulan dari Traveloka sering mengadakan promo untuk hotel dan pesawat, pesanan hotel bisa di cicil dengan menggunakan Traveloka *PayLater* hingga 12x, dapat Traveloka poin setiap memesan hotel, dan harga sudah termasuk biaya pajak, pilihan pembayaran yang lengkap. Adapun minus dari Ttraveloka yaitu harga bisa berubah menjadi lebih mahal dan waktu respon CS yang kurang cepat. Kelebihan dari Agoda penawaran menarik bila pesan Agoda via

GrabHotel, selalu ada diskon dari loyalty program lain nya (telkomsel Poin, krisflyer), bisa mendapatkan miles penerbangan ketika memesan di Agoda. Adapun minus review hanya dari user Agoda, promo Agoda kurang bersaing harga ya dengan OTA lain, bisa bayar di hotel namun harus memasukan informasi kartu debit untuk jaminan., dan harga kamar belum termasuk pajak.



**Gambar 1.1**

**Sumber Logo [w.w.w.agoda.com](http://www.agoda.com)**

Agoda.com merupakan salah satu perusahaan e-commerce yang bergerak di bidang jasa penjualan kamar hotel. Agoda menyajikan berbagai informasi mengenai hotel yang dibutuhkan oleh wisatawan sehingga bersifat persuasif dan menarik bagi pembacanya. Tingginya presentase pengunjung Agoda.com di Indonesia merupakan bukti bahwa Agoda.com dipercaya oleh internet user di Indonesia sebagai travel partner mereka, padahal Agoda.com bukan merupakan perusahaan lokal. *E-Trust* yang dibutuhkan dalam melakukan pembelian di Agoda.com cukup besar karena Agoda.com hanya menerima pembayaran melalui kartu kredit, *Paypal*, dan *American Express*. Selain itu, Agoda.com juga tidak memiliki kantor cabang di Indonesia. Dalam transaksi *online*, tidak ada interaksi fisik antara pembeli, penjual, dan pembayaran. Pembeli yang tidak jeli bisa saja mengalami kerugian seperti mengalami penipuan yang dilakukan oleh penjual. Meskipun memiliki banyak pengguna di Indonesia, sampai saat ini Agoda.com tidak memiliki kantor cabang di Indonesia. Tidak seperti platform hotel *online* lainnya di Indonesia yang menyediakan pembayaran melalui bank transfer, payment system yang digunakan oleh Agoda.com adalah *credit card*, *American Express*, JCB, dan *PayPal*.

Agoda lebih dari 2,000 profesional di bidang perjalanan wisata yang mewakili lebih dari 20 negara. Agoda.com memiliki wilayah operasional yang besar meliputi Singapura, Bangkok, Kuala Lumpur, Tokyo, Sydney, Hong Kong, dan Budapest, dengan tambahan kota-kota besar lainnya di seluruh Asia, Afrika, Timur Tengah, Eropa dan Amerika. Para market manager Agoda.com berdedikasi untuk memelihara hubungan erat dengan mitra hotel Agoda.com untuk menciptakan promosi khusus dan program pemasaran yang akan membantu Agoda.com menawarkan beberapa penawaran terbaik di *Internet*. Keunggulan kompetitif ini didukung dengan jaminan harga Agoda.

Minat untuk menggunakan (*intention to use*) dapat didefinisikan sebagai bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan atau menggunakan kembali suatu objek tertentu Kusumah (2009). Dapat didefinisikan sebagai bentuk keinginan pengguna untuk menggunakan Agoda kembali untuk memesan hotel, tiket pesawat dan lain lain. Terkait hal ini, posisi minat menggunakan apabila dilihat dari teori perilaku konsumen dalam keputusan pembelian terletak pada perilaku pasca pembelian. Tahapan keputusan pembelian konsumen menurut Kotler dan Armstrong (2010). *Intention To Use* dapat mengukur kemungkinan konsumen untuk menggunakan Agoda, semakin tinggi minat konsumen maka semakin tinggi kesediaan konsumen untuk melakukan transaksi di Agoda. Pada saat konsumen memiliki keinginan untuk menggunakan Agoda maka konsumen akan mengumpulkan informasi baik dari Agoda maupun dari pesaing, maka Agoda selalu menawarkan jaminan terbaik yang cenderung ingin selalu menggunakan Agoda. *Intention To Use* suatu kecenderungan intensi dari konsumen untuk menggunakan Agoda dengan pelayanan yang telah diberikan Agoda. Minat untuk menggunakan Agoda konsumen dapat diprediksi dari pelayanan Agoda tersebut, misalnya pihak dari Agoda selalu motivasi untuk tetap selalu menggunakan Agoda dengan menunjukkan pelayanan terbaik, keamanan terbaik, dan kenyamanan untuk konsumen dengan mendapatkan kamar terbaik dengan harga yang standar.

**Tabel 1.2**  
**Keluhan dari konsumen Agoda di *Play Store***

NO	Item Keluhan	Rating
1	Harga di aplikasi dan di iklankan berbeda, malah semakin mahal bedan dengan di iklan.	1
2	Sudah pesan kamar dan sudah bayar tetapi belum di acc .	1
3	Pernah di cancel berhasil refund walaupun nunggu agak lama.	3
4	Memakai Agoda dari 2018 dulu enak sekarang ribet.	2
5	Pertama kali memakai Agoda, pas booking di batalkan secara sepihak, proses refund agak ribet, saya langsung email ke CS langsung dapat telfon dari agoda dan di beri tahu caranya, uang kembali dalam waktu 3 hari.	3

*Sumber: Data di olah pada tahun 2021*

Berdasarkan Tabel 1.2 dari *play store* menjelaskan bahwa menurut beberapa dari konsumen yang pernah menggunakan Agoda, ketika mereka menggunakan Agoda untuk reservasi hotel secara online prosesnya cukup menyulitkan sehingga terjadi beberapa kasus kesalahan pembayaran maupun pemesanan yang dibatalkan secara sepihak oleh pihak Agoda, sehingga membuat konsumen kecewa sehingga orang-orang sedikit yang ingin menggunakan Agoda, berdasarkan *review-review* konsumen sebagian ada yang memilih untuk pindah ke situs pesaing Agoda (Traveloka, dll). Dari hasil review tidak semua kecewa karena menggunakan Agoda, ada beberapa sebagian merasa senang menggunakan Agoda karena banyak promosi dan mudah di gunakan. Setelah melihat *review-review* tersebut Agoda melakukan perbaikan dengan apa yang sudah di sampaikan konsumen dengan keluhan-keluhan yang tidak baik, sehingga konsumen mau menggunakan Agoda, respon konsumen lama kelamaan mulai membaik dan agoda selalu menwarkan jaminan hotel dan promo-promo menarik yang di lakukan Agoda, untuk menarik konsumen agar mencoba menggunakan Agoda. Agoda mengupayakan

sebisa mungkin untuk memastikan bahwa semua material atau harga yang ditampilkan di situs web ini seakurat mungkin pada tanggal penerbitan.

**Tabel 1.3**  
**Saran dari konsumen Agoda di *Play Store***

N0	Saran
1	Saya berharap selalu ada bonus dan potongan yang besar.
2	Lebih bagus lagi jika langsung memesan dua kamar dengan tipe berbeda di hotel yang sama.
3	Semoga selalu meningkatkan kualitas pelayanannya.
4	Kalau bisa proses refund via aplikasi jadi tidak banyak yang bingung.
5	Semoga semakin sukses dan lebih murah dari aplikasi lainnya.

*Sumber: Data di olah pada tahun 2021*

Berdasarkan Tabel 1.3 dari *play store* menjelaskan bahwa menurut beberapa dari konsumen yang pernah menggunakan Agoda, beberapa konsumen suka menggunakan agoda dan menyarankan agar agoda menjadi travel terbaik serta konsumen juga memberi saran untuk agoda agar selalu memberikan promo-promo yang besar dan lebih murah dari aplikasi travel yang lain.

Perubahan pada kondisi pasar atau lingkungan bisa terjadi setelah tanggal penerbitan yang membuat informasi yang ditampilkan di situs web tidak lagi akurat atau mencerminkan posisi saat ini. Pesanan yang dipesan melalui Agoda didukung oleh jaminan pemesanan Agoda. Apabila pesanan yang telah dikonfirmasi tidak tersedia atau tidak diterima oleh pihak properti, silakan langsung menghubungi layanan pelanggan 24 Jam Agoda melalui nomor yang tertera pada email konfirmasi konsumen. Spesialis dukungan pelanggan Agoda akan mencari akomodasi alternatif di properti yang nyaman dan setara dengan persetujuan dari konsumen. Tujuan organisasi ini adalah menjadi penyedia kamar hotel berdiskon dan produk perjalanan lainnya #1 di Internet. Agoda menyadari bahwa memesan perjalanan konsumen lewat Internet adalah hal baru dan semua usaha dipusatkan dalam membangun reputasi untuk layanan

berkualitas. Karena alasan ini agoda juga membuat "Jaminan Aman-Belanja dan Privasi" untuk memungkinkan konsumen menggunakan layanan Agoda dengan yakin.

**Tabel 1.4**  
**Pra Survey Travel**

Travel	Pernyataan	Keterangan	Persentase (%)
	Aplikasi apakah yang pernah anda gunakan	Traveloka	36,7
		Tiket.com	20
		Trivago.com	16,7
		Agoda	26,7
Travloka	Apakah konsumen Traveloka membutuhkan keamanan transaksi data	YA	100
	Apakah calon konsumen Traveloka tidak mau menggunakan jika pelayanannya tidak maksimal	YA	100
	Berapa nominal biaya yang di keluarkan untuk transaksi di Traveloka	<300.000	9,1
		300.000-600.000	9,1
		600.000-1.000.000	27,3
		1.000.000-2.000.000	36,4
		>2.000.000	18,2
	Untuk keperluan apa anda memesan tiket di aplikasi Traveloka	Berlibur	81,8
		Bekerja	18,2
	Mengapa anda memilih menggunakan Traveloka	Nilai Harga	9,1
		Keamanan	9,1
		Pelayanan	18,2
Faktor Pendukung		18,2	
Promosi		45,5	
Tiket.com	Apakah konsumen Tiket.com membutuhkan keamanan transaksi data	YA	100
	Apakah calon konsumen Tiket.com tidak mau menggunakan jika pelayanannya tidak maksimal	YA	100
	Berapa nominal biaya yang di keluarkan untuk transaksi di Tiket.com	<300.000	16,7
		300.000-600.000	16,7

		600.000-1.000.000	33,3
		1.000.000-2.000.000	16,7
		>2.000.000	16,7
	Untuk Keperluan apa anda memesan tiket di aplikasi Tiket.com	Berlibur	60,7
		Bekerja	33,3
	Mengapa anda memilih menggunakan Tiket.com	Nilai Harga	16,7
		Keamanan	16,7
		Pelayanan	16,7
		Faktor Pendukung	16,7
		Promosi	33,3
Trivago.com	Apakah konsumen Trivago.com membutuhkan keamanan transaksi data	YA	100
	Apakah calon konsumen Trivago.com tidak mau menggunakan jika pelayanannya tidak maksimal	YA	100
	Berapa nominal biaya yang di keluarkan untuk transaksi di Trivago.com	<300.000	20
		300.000-600.000	20
		600.000-1.000.000	20
		1.000.000-2.000.000	20
		>2.000.000	20
	Untuk keperluan apa anda memesan tiket di aplikasi Trivago.com	Berlibur	80
		Bekerja	20
	Mengapa anda memilih menggunakan Trivago.com	Nilai Harga	20
Keamanan		20	
Pelayanan		20	
Faktor Pendukung		20	
Promosi		20	
Agoda	Apakah konsumen Agoda membutuhkan keamanan transaksi data	YA	100
	Apakah calon konsumen Agoda tidak mau menggunakan jika pelayanannya tidak maksimal	YA	100
		<300.000	12,5

Berapa nominal biaya yang dikeluarkan untuk transaksi di Agoda	300.000-600.000	25
	600.000-1.000.000	25
	1.000.000-2.000.000	25
	>2.000.000	12,5
Untuk keperluan apa anda memesan tiket di aplikasi Agoda	Berlibur	75
	Bekerja	25
Mengapa anda memilih menggunakan Agoda	Nilai Harga	25
	Keamanan	37,5
	Pelayanan	37,5
	Faktor Pendukung	0
	Promosi	0

Sumber: Data di olah pada tahun 2021

Berdasarkan Tabel 1.4 pra survey travel menjelaskan bahwa *Intention to use* pada aplikasi Agoda mendapatkan tingkat yang kedua yaitu 26,7% sedangkan yang pertama itu Agoda Traveloka dengan nilai 36,7%. Traveloka lebih unggul karena konsumen mempercayakan promosi-promosi yang cukup muraah, tetapi Traveloka juga mempunyai minus, jika tidak cepat memesan Traveloka bisa dengan cepat menaikkan harga dengan cukup mahal kembali. Agoda juga mempunyai kelebihan pelayanan dan keamanan untuk konsumen yang memesan di Agoda karena konsumen sangat membutuhkan kepercayaan keamanan data-data, jika keamanan dan pelayanannya tidak maksimal konsumen tidak akan percaya dan tidak mau lagi menggunakan aplikasi Agoda untuk memesan hotel. Agoda melakukan perbaikan dari *review-review* konsumen dengan cara melakukan keamanan dan pelayanan yang baik di agoda agar konsumen selalu minat menggunakan agoda untuk memesan hotel dan lain-lain.

Keluhan atas kekecewaan yang disampaikan oleh konsumen mengindikasikan bahwa aplikasi agoda memiliki masalah dalam memuaskan dan memberikan *E-Trust* kepada konsumen yang harus diteliti. Menurut Utami (2017) Kepuasan dan *E-Trust* pelanggan merupakan indikator untuk mengetahui kinerja sebuah

perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Kepentingan untuk menjaganya adalah sebuah keharusan dan komitmen yang harus dijalankan. Dalam menjaga kepuasan dan *E-Trust* konsumen, permasalahan mungkin saja terjadi dari aspek mana saja dan muncul dalam situasi apa saja. Untuk meningkatkan kepuasan dan *E-Trust* yang baik juga didukung oleh usaha untuk melekatkan citra Agoda di benak pengguna aplikasi Agoda. *E-Trust* yang lebih pada situs Agoda dibanding situs lainnya, rata-rata responden menjawab cukup setuju, sehingga Agoda menjadi salah satu situs yang cukup dipertimbangkan sebagai layanan *e-commerce* penjualan jasa akomodasi. Pelanggan juga cukup setuju bahwa harga yang ditawarkan oleh agoda adalah harga terbaik dan kompetitif dibandingkan situs lainnya. Berarti dalam hal ini, masih ada situs lain yang lebih diingat oleh responden.

Untuk itu, agoda harus meningkatkan nilai kompetitif di antara situs-situs penyedia layanan sejenis lainnya agar meningkatkan kekuatan merek. Menurut Wachyuni (2019) kepuasan merupakan harapan pelanggan pada sebuah *E-Trust* produk atau jasa yang berguna sebagai acuan perbandingan terhadap nilai produk atau jasa tersebut. Agoda perlu melakukan upaya-upaya seperti branding dan promosi agar merebut posisi prioritas situs pemesanan hotel secara *online*. Agoda memastikan *E-Security* untuk melindungi informasi pelanggan Aplikasi Agoda dan mewajibkan penyedia layanan Agoda untuk melakukan hal yang sama dan dapat menggunakan hak untuk mengakses, mengoreksi, menghapus, memindahkan, atau menolak proses informasi tertentu. Park dan Kim (2006) mengatakan bahwa jaminan *E-Security* berperan penting dalam pembentukan *E-Trust* dengan mengurangi perhatian konsumen tentang penyalahgunaan data pribadi dan transaksi data yang mudah rusak.

Ketika level jaminan *E-Security* dapat diterima dan bertemu dengan harapan konsumen, maka seorang konsumen mungkin akan bersedia membuka informasi pribadinya dan akan membeli dengan perasaan yang aman. Sistem pembayaran Agoda menjamin kerahasiaan data pribadi dan *E-Security* dalam penggunaan kartu kredit untuk transaksi perjalanan dapat memberikan

informasi kartu kredit dengan melakukan salah satu metode aman seperti menggunakan formulir informasi pemegang kartu kredit *online* yang aman, dan menghubungi agoda langsung. Pesanan yang dipesan melalui Agoda didukung oleh jaminan pemesanan Agoda. Apabila pesanan konsumen yang telah dikonfirmasi tidak tersedia atau tidak diterima oleh pihak properti, silakan langsung menghubungi layanan pelanggan 24 jam Agoda, melalui nomor yang tertera pada *email* konfirmasi konsumen. Spesialis dukungan pelanggan Agoda akan mencari akomodasi alternatif di properti yang nyaman dan setara dengan persetujuan konsumen.

Apabila konsumen tidak menyetujui akomodasi alternatif, Agoda akan menawarkan pengembalian pembayaran secara penuh di akomodasi yang di pesan. Terkecuali telah secara spesifik disebutkan sebaliknya di kebijakan pembatalan, agoda tidak mengenakan biaya pemrosesan untuk pembatalan. Semua pembatalan yang diterima setelah tanggal jatuh tempo pembatalan yang tertera pada *e-mail* konfirmasi (termasuk permohonan yang dibuat dalam periode ini) akan dikenakan biaya pembatalan sebesar minimum 1 (satu) malam, kecuali konsumen mendapat pemberitahuan lain di *e-mail*. Ketidakhadiran di hotel akan dianggap sebagai keterlambatan pembatalan dan dikenakan biaya pembatalan minimum sebesar 1 (satu) malam per kamar, kecuali disebutkan lain pada *e-mail* konfirmasi. Perubahan apa pun pada pesanan harus dilakukan melalui agen dan bukan langsung dengan pihak hotel. Hal ini berlaku untuk perubahan tanggal, perpanjangan tinggal, check-out lebih cepat, penundaan kedatangan atau pembatalan penuh atau sebagian. Masalah atau pertanyaan mana pun mengenai pesanan sebelum kedatangan atau selama tinggal di hotel harus ditujukan ke agen layanan pelanggan.

Konsumen dapat berhenti berlangganan dari materi pemasaran kapan pun dengan mengikuti instruksi pada kebijakan privasi, kami memproses informasi untuk alasan *E-Security* dan keselamatan untuk mendeteksi dan mencegah penipuan, untuk melindungi dan membela hak atau properti pihak lain, atau hak dan kepentingan kami untuk menganalisis, meningkatkan, menyesuaikan, dan

menyediakan layanan reservasi perjalanan dan layanan terkait untuk konsumen dan untuk menanggapi permintaan hukum, panggilan pengadilan, dan proses hukum dan melindungi kepentingan vital kami mungkin butuh memproses informasi konsumen dalam keadaan darurat yang melibatkan nyawa atau kesehatan seseorang. Jenis data pribadi tertentu, seperti agama atau informasi terkait kesehatan, dianggap sensitif dan mungkin memerlukan perlindungan tambahan berdasarkan undang-undang yang berlaku. Meskipun umumnya kami tidak mengumpulkan data pribadi yang sensitif sebagai bagian dari pemesanan akomodasi standar, mungkin akan dibutuhkan dari waktu ke waktu untuk mengumpulkan informasi tersebut, contoh: informasi yang tertera dalam dokumen identitas yang dikeluarkan oleh pemerintah atau sertifikat kesehatan apabila informasi tersebut diperlukan untuk transaksi atau permintaan yang konsumen harapkan kami lakukan atas nama konsumen seperti pembatalan atau perubahan atas pemesanan. Konsumen juga dapat memilih untuk memberi kami informasi lain yang dapat menyiratkan atau menyarankan informasi seperti agama, kesehatan, atau informasi lainnya, seperti ketika menentukan kebutuhan makanan konsumen. Pengumpulan dan pemrosesan data pribadi yang bersifat sensitif tersebut akan menyesuaikan dengan apa yang ditetapkan dalam pernyataan privasi ini.

Berdasarkan fenomena dan latar belakang tersebut untuk itu peneliti mengangkat **judul Pengaruh *E-Trust* dan *E-Security* Terhadap *Intention To Use* Pada Aplikasi Agoda di Era Pandemi *Covid-19*.**

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah *E-Trust* berpengaruh terhadap *Intention To Use* pada Aplikasi Agoda di Era Pandemi *Covid-19*?
2. Apakah *E-Security* berpengaruh terhadap *Intention To Use* pada Aplikasi Agoda di Era Pandemi *Covid-19*?

3. Apakah *E-Trust* dan *E-Security* berpengaruh terhadap *Intention To Use* pada Aplikasi Agoda di Era Pandemi *Covid-19*?

### **1.3 Ruang Lingkup**

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah sebagai berikut

#### **1.3.1 Ruang Lingkup Subjek**

Subjek dalam penelitian ini adalah pelanggan aplikasi Agoda.

#### **1.3.2 Ruang Lingkup Objek**

Objek dalam aplikasi ini adalah *E-Trust* dan *E-Security* terhadap *Intention To Use*.

#### **1.3.3 Ruang Lingkup Tempat Penelitian**

Ruang lingkup tempat penelitian ini adalah Indonesia.

#### **1.3.4 Ruang Lingkup Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini di lakukan pada bulan oktober sampai dengan selesai.

#### **1.3.5 Ruang lingkup Ilmu Penelitian**

Penelitian ini mengacu pada ilmu manajemen pemasaran, yang membahas tentang *E-Trust*, *E-Security* dan *Intention To Use*.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh *E-Trust* terhadap *Intention To Use* pada Aplikasi Agoda di Era Pandemi *Covid-19*.

2. Untuk mengetahui pengaruh *E-Security* Terhadap *Intention To Use* pada Aplikasi Agoda di Era Pandemi *Covid-19*.
3. Untuk mengetahui pengaruh *E-Trust* dan *E-Security* terhadap *Intention To Use* pada Aplikasi Agoda di Era Pandemi *Covid-19*.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini sebagai berikut:

### **1.5.1 Bagi Penulis**

Penelitian ini bertujuan untuk menambah pengetahuan dan wawasan bagi peneliti di bidang pemasaran, khusus nya mengenai *E-Trust*, *E-Security*, dan *Intention To Use* pada Aplikasi Agoda di era pandemi *Covid-19*. Untuk menambah pemahaman serta lebih mendukung teori-teori yang telah ada berkaitan dengan masalah yang telah diteliti serta untuk mengimplementasikan dan memperkaya ilmu yang lebih di dapat di bangku perkuliahan.

### **1.5.2 Bagi Institusi**

Menambah pembelajaran mahasiswa untuk mencari materi tugas akhir pada perpustakaan Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya.

### **1.5.3 Bagi Vendor Aplikasi Agoda**

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai informasi tambahan yang mungkin bermanfaat bagi perusahaan dalam menentukan kebijakan dan mengambil keputusan.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini pembahas dan penyaji hasil penelitian akan disusun dengan materi sebagai berikut :

### **Bab I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang, perumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian tentang “Pengaruh *E-Trust* dan *E-Security* Terhadap *Intention To Use* Pada Aplikasi Agoda di Era Pandemi *Covid-19*”.

## **Bab II LANDASAN TEORI**

Bab ini berisikan tentang teori-teori yang mendukung penelitian, kerangka pikir, peneliti terdahulu yang dilakukan dalam penelitian.

## **Bab III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan penjelasan mengenai metode-metode penelitian yang mencakup jenis penelitian, sumber data, populasi dan sampel, variabel penelitian, definisi operasional variabel, uji persyaratan instrumen, uji persyaratan analisis variabel, metode analisis data, dan pengujian hipotesis yang tujuannya untuk mendekati penyelesaian masalah yang dinyatakan dalam perumusan masalah.

## **Bab IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Dalam bab ini, penulis mendemonstrasikan pengetahuan akademis yang dimiliki dan ketajaman daya fisiknya dalam menganalisis persoalan yang dibahasnya, dengan berpedoman pada teori yang dikemukakan.

## **Bab V SIMPULAN DAN SARAN**

Bab ini berisikan simpulan dan saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak yang bersangkutan dan bagi pembaca pada umumnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

