

ABSTRACT

Purpose of this study was to describe the behavior of consumers in Surabaya by using e-ticketing services in business aviation low cost carrier (LCC) .Using the element Who is the buyer, what brand They buy, who influences in the buying, why They buy, when They buy, how Often They buy, how Often They consume, how They evaluate it after the purchase.

In this research use respondent who had bought and used e-ticketing services in business aviation low cost carrier (LCC) in Surabaya in the last 1 year at least 2 times, buying and using the services of low cost carrier airlines (LCC) with buy e-ticketing service for personal gain, based in Surabaya, the last a minimum high school education. In this research using frequency tables, tables percentage bar charts and cross tabulations method.

This research result showed that e-ticketing service users in the business aviation low cost carrier (LCC) most were women, aged between 17-22 years, with the highest education level of SI, and work as a student. Respondents use e-ticketing service for holidays. The first reason use e-ticketing services because practical. The most influential party to use e-ticketing service is him/her self. Respondents usually frequent purchases and travel by purchasing tickets using e-ticketing service between 2-4 times in the last 1 year. At the end, majority of respondents were satisfied after using e-ticketing service due to time saving and practical.

Key word : Consumer behavior, Study of consumer behavior.

INTISARI

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan Perilaku Konsumen di Surabaya dalam menggunakan layanan *e-ticketing* pada bisnis penerbangan *low cost carrier* (LCC) dengan menggunakan elemen *who is the buyer, what brand they buy, who influences in the buying, why they buy, when they buy, how often they buy, how often they consume, how they evaluate it after the purchase*.

Target populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah responden yang pernah membeli dan menggunakan layanan *e-ticketing* pada bisnis penerbangan *low cost carrier* (LCC) di Surabaya dalam 1 tahun terakhir minimal 2 kali, membeli dan menggunakan jasa penerbangan *low cost carrier* (LCC) dengan layanan *e-ticketing* untuk kepentingan pribadi, berdomisili di Surabaya, dengan pendidikan terakhir minimal SMA. Metode pengolahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tabel frekuensi, tabel persentase diagram batang, dan tabulasi silang.

Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa responden pengguna layanan *e-ticketing* pada bisnis penerbangan *low cost carrier* (LCC) terbanyak adalah perempuan, berusia antara 17-22 tahun, dengan tingkat pendidikan terakhir S1, dan pekerjaan saat ini sebagai pelajar/mahasiswa. Responden biasanya menggunakan layanan *e-ticketing* pada saat liburan dengan alasan menggunakan layanan *e-ticketing* karena praktis. Pihak paling berpengaruh terhadap penggunaan layanan *e-ticketing* yaitu diri sendiri. Responden biasanya sering melakukan pembelian dan bepergian dengan membeli tiket menggunakan layanan *e-ticketing* antara 2-4 kali dalam 1 tahun terakhir. Dari alasan evaluasi setelah menggunakan layanan *e-ticketing*, diketahui bahwa sebagian besar responden merasa puas setelah menggunakan layanan *e-ticketing* dikarenakan hemat waktu dan praktis.

Kata Kunci : *Consumer Behavior, Study of consumer behavior*.