

## Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance Terhadap Tingkat Transaksi melalui Aplikasi Traveloka

Abdul Rahman<sup>1</sup>, Nur Ahmadi Bi Rahmani<sup>2</sup>, Reni Ria Armayani Hasibuan<sup>3</sup>

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Prodi Asuransi Syariah,  
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

### Abstrak

Travel Insurance berfungsi sebagai proteksi diri dari berbagai gangguan kesehatan, memiliki asuransi perjalanan dapat melindungi diri dari berbagai kemungkinan yang ditanggung selama dalam perjalanan, mulai dari adanya kemungkinan pesawat *delay*, pembatalan perjalanan, hingga barang bawaan yang hilang karena kelalaian petugas perawatan. Travel Insurance sering kali disalahartikan sehingga menimbulkan keraguan untuk membeli, stigma “beli asuransi itu ribet” ini persepsi yang salah. Kini Travel Insurance dapat dibeli secara online di Aplikasi Traveloka karena proses yang *real time* dan bisa kapan saja membeli dan mengajukan klaim asuransi perjalanan di mana saja berada. Tujuan dari penelitian ini ialah untuk mengetahui apakah Persepsi Penggunaan Travel Insurance berpengaruh terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif, dan sumber data yang diperoleh ialah data sekunder dari website *www.traveloka.com*, sampel penelitian ini adalah 100 orang pengguna aplikasi Traveloka di lingkungan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU). Analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana, dengan hasil Persepsi Penggunaan Travel Insurance berpengaruh terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka. Secara persial dengan nilai  $t_{hitung} 14.851 > t_{tabel} 1.984$  dan tingkat Sig.  $(0,00) < (0,05)$  maka terdapat pengaruh variabel bahwa Persepsi Penggunaan Travel Insurance terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka. Secara koefesien determinasi (*R square*) yang berarti bahwa Persepsi Penggunaan Travel Insurance berpengaruh sebesar 75,1 % terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lainnya di luar penelitian.

**Kata kunci:** Persepsi, Penggunaan, Transaksi, Travel Insurance

### PENDAHULUAN

Website atau dalam bahasa indonesia situs web adalah kumpulan halaman web yang saling terkait. Web berisi informasi interaktif dalam berbagai bidang seperti organisasi, pemerintah, hingga pendidikan. Pada dasarnya website memberikan kecepatan dan ketepatan layanan informasi karena sifatnya yang tak terbatas ruang dan waktu. Dimana kecepatan dan

ketepatan sajian informasi dapat menjadi nilai tambah bagi suatu perusahaan bisnis online dengan perusahaan lainnya.

Dengan adanya website kini penyajian informasi dapat disajikan dengan lebih modern. Selain itu *timing* merupakan pendukung Traveloka Travel Insurance yang muncul saat internet di Indonesia sedang berkembang. Hal ini membuat perusahaan yang berbasis *online* ini mendapatkan keuntungan tersendiri.

Sehingga pembelian tiket pesawat dan asuransi perjalanan dapat dilakukan dengan mudah dan cepat menghemat banyak tenaga dan waktu. Dengan menyediakan metode pembayaran yang beragam Traveloka memberikan kemudahan untuk konsumen. Jenis pembayaran ini dapat dilakukan melalui ATM, Mandiri Clickpay, Kartu Kredit, BCA Klikpay, CIMB Click dan juga Mandiri eCash, dan lain-lain. (Wahyu Sahara Ramadhana Manurung, Nur Ahmadi Bi Rahmani, Nuri Aslami, 2023)

Kemunculan website traveloka.com merekomendasikan harga termurah maskapai penerbangan sekaligus asuransi perjalanan dibandingkan dengan agen penjualan tiket dan asuransi perjalanan *online* pesaingnya. Harga termurah ini salah satunya dikarenakan Traveloka Travel Insurance tidak membebankan biaya transaksi pada konsumen jadi konsumen hanya membayar harga tiket dan asuransi perjalanan pesawat yang di pesan.

Kelebihan lain yang ditawarkan oleh traveloka.com yakni *booking* mudah tiket pesawat dan travel insurance, konsumen langsung di satu tempat dan Traveloka juga memberikan salah satu kenyamanan pada konsumennya dengan menghadirkan aplikasi resmi Traveloka di App Store dan Google Play Store, hal ini memberikan keleluasaan mencari tiket pesawat dan travel insurance murah langsung dari *smartphone* dimanapun konsumen berada.

Dari hasil penelitian tersebut. Peneliti mengharapkan dapat melihat pengaruh efektif atau tidaknya website Traveloka terhadap penggunaan travel insurance pada transaksi produk pesawat melalui aplikasi Traveloka dalam memudahkan konsumen dalam perjalanan. Dari latar belakang di atas maka rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini yaitu “Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance Terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka”

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Asuransi Syariah

Asuransi dalam bahasa Arab dikenal dengan istilah *at-ta'min*, perusahaannya dikatakan sebagai *mua'amin*, dan bertanggung sebagai *mu'amman lahu* atau *musta'min*. Sedangkan asuransi syariah memiliki padanannya, di antaranya takaful, *ta'min* dan *tadhamun*. Yakni kata yang bermakna yang memiliki tujuan untuk saling tolong, menjamin dan mendukung antar sesama umat. (Sibatul Aslamia Nasution, 2022).

Husain Hamid Hisan memaknai asuransi syariah sebagai *ta'awun* artinya aturan sikap pada cara kerja yang ditata secara rapi, di antara beberapa umat. Sementara itu, Mustafa Ahmad Zarqa mengartikan asuransi sebagai suatu cara yang memungkinkan seseorang dapat terhindar dari berbagai risiko berbahaya yang nantinya akan terjadi di kehidupan sehari-hari, yang meliputi aktivitas hidup dan ekonominya. (Prima Dwi Priyatno, 2020).

#### a. Takaful

Menurut bahasa berarti *kafala* yang diartikan memelihara, menafkahi kehidupan, membantu, dan mengambil tanggung jawab terhadap seseorang.

#### b. Ta'min

*Ta'min* diartikan seseorang yang menyerahkan atau membayar sejumlah uang yang dilakukan berangsur yang memiliki tujuan supaya peserta dan ahli waris menerima jumlah yang dijanjikan pada perjanjian atau pihak yang bersangkutan menerima ganti rugi hilangnya harta benda. (Prima Dwi Priyatno, 2020).

c. *At-Tadhamun*

Menurut bahasa yakni menanggung, orang yang sanggup dalam memberikan sesuatu, sejumlah uang atau barang tertentu kepada tertanggung sebagai akibat dari suatu bencana yang diderita oleh tertanggung guna menutupi kerugian dari peristiwa dan bencana tersebut.

Allah *Subhanahu wa ta'ala* berfirman pada Q.S. Al-Ma'idah (5) : 2.

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Artinya: “Dan saling tolonglah kalian dalam (mengerjakan) kebajikan dan takwa, dan jangan saling tolong dalam perbuatan dosa dan permusuhan. Bertakwalah kepad-Nya, sungguh Allah sangat berat siksaan-Nya.” (Indonesia, 2017).

Makna ayat tersebut menerangkan perintah untuk mengerjakan kebaikan dengan memberikan sebagian uang ketika membayar premi untuk diaplikasikan untuk dana sosial atau tabaruk guna saling membantu antara sesama muslim, maupun sesama makhluk hidup. Asuransi syariah merupakan usaha yang aktivitasnya saling melindungi serta tolong menolong di antara sejumlah orang atau pihak melalui investasi dalam bentuk aset yang menyampaikan pola pengembalian untuk menghadapi risiko eksklusif melalui perikatan sesuai prinsip syariah. (Wahbah al-Zuhail, 2013).

## B. Traveloka

### 1. Layanan Traveloka

a. Cara Pemesanan

Untuk pencarian tiket pesawat dan hotel, Anda dapat melihat halaman cara pesan. Traveloka tidak melayani transaksi via telepon maupun transaksi melalui kantor cabang.

b. Cara Bayar

Untuk melakukan pembayaran hotel/tiket pesawat, dapat melihat halaman cara bayar. Terdapat pilihan metode pembayaran seperti Transfer, melalui ATM, Kartu Kredit, CIMB Clicks, Mandiri ClickPay, Mandiri e-Cash, BCA Klikpay, dan lain-lain. Untuk metode pembayaran “Transfer”, pastikan hanya melakukan transfer ke rekening beratas namakan “PT Trinus Travelindo” dan bukan rekening atas nama pribadi yang merujuk pada penipuan.

c. Kontak Traveloka

Anda bisa menghubungi Traveloka selama 24 jam nonstop melalui berbagai jalur komunikasi resmi kami di: [cs@traveloka.com](mailto:cs@traveloka.com) untuk direspon secara cepat atau melalui telepon ke 021-29022130. Lengkapnya dapat dilihat di halaman Contact Us.

d. *Newsletter* Info Promo

Berlangganan *Newsletter*/Info Promo adalah gratis. Dengan berlangganan Info Promo, Anda akan mendapatkan info deals terbaik, berita menarik serta diskon spesial Traveloka langsung di email Anda.

e. Kupon Traveloka

Kupon Traveloka adalah bentuk penghargaan dari Traveloka kepada pelanggan dalam bentuk diskon atau potongan harga pemesanan tiket pesawat

dan/atau hotel di Traveloka. Kupon Traveloka adalah bentuk penghargaan dari Traveloka kepada pelanggan dalam bentuk diskon atau potongan harga pemesanan tiket pesawat dan/atau hotel di Traveloka. Cara utama mendapatkan kupon Traveloka adalah dengan berlangganan gratis Newsletter Info Promo. Melalui *newsletter*, pelanggan akan mendapat info promo tiket pesawat dan hotel terbaru serta kejutan spesial lainnya. Selain itu, kupon Traveloka juga seringkali dibagikan melalui promo yang dijalin oleh Traveloka dengan mitra terpercaya Traveloka.

f. Mobile App

Untuk saat ini, aplikasi mobile Traveloka tersedia untuk Android dan iOS serta dapat di-download secara gratis. Untuk Android, pastikan perangkat Anda memiliki minimum OS Android 4.0 *Ice Cream Sandwich*. Selain itu, pastikan juga perangkat terhubung dengan jaringan 3G atau WiFi yang stabil. Untuk saat ini, Traveloka app hanya tersedia untuk Android dan iOS. Anda tetap dapat melakukan pencarian tiket pesawat dan kamar hotel secara mudah melalui desktop atau mobile web Traveloka.

2. Produk Traveloka

a. Tiket Pesawat

Untuk saat ini (per Oktober 2014), penerbangan maskapai sebagai berikut: Lion Air, Sriwijaya, Wings Air, Garuda Indonesia, Citilink, Jetstar, Sky, Batik Air, NAM Air, Malindo Air, Trigana Air, Tigerair, Kalstar, Xpress Air dan AirAsia.

b. Tiket Hotel

Traveloka menyediakan fasilitas reservasi hotel yang ada di seluruh dunia. Dengan berbagai tipe kamar, harga, cara pembayaran dan proses pembayaran

**METODE PENELITIAN**

Penelitian deskriptif kuantitatif yaitu penelitian yang dilakukan dengan tahap pengumpulan data, dengan mendeskripsikan data, dengan fakta-fakta yang diterima dari penelitian, serta menghubungkan dengan fenomena yang terjadi. Penelitian deskriptif dalam penelitian ini dilakukan untuk menjabarkan gambaran tentang Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance Terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Berikut ini hasil pengujian validitas dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 26 :

**Tabel 4.8**  
**Uji Validitas**

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Persepsi Penggunaan Travel Insurance	Pertanyaan X.1	0.757	0,977	Valid
	Pertanyaan X.2	0.617	0,977	Valid
	Pertanyaan X.3	0.812	0,977	Valid
	Pertanyaan X.4	0.816	0,977	Valid

(X)	Pertanyaan X.5	0.799	0,977	Valid
Tingkat Transaksi Tiket Pesawat (Y)	Pertanyaan Y.1	0.744	0,977	Valid
	Pertanyaan Y.2	0.713	0,977	Valid
	Pertanyaan Y.3	0.824	0,977	Valid
	Pertanyaan Y.4	0.839	0,977	Valid
	Pertanyaan Y.5	0.865	0,977	Valid

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.8 yakni hasil pengujian validitas atas Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance (X) terhadap Tingkat Transaksi Tiket Pesawat (Y), dengan jumlah 10 item pernyataan, maka setelah dilakukan hasil pengujian validitas nampak bahwa semua item pertanyaan sudah valid, dikatakan sudah valid karena memiliki nilai  $r$  hitung lebih besar dari pada nilai  $r_{table}$ .

## 2. Uji Realibilitas

Uji realibilitas adalah suatu indeks yang menunjukkan sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu kuesioner dinyatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu, berikut ini hasil pengujian realibilitas:

**Tabel 4.9**  
**Uji Realibilitas**

Variabel	Jumlah Pertanyaan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Persepsi Penggunaan Travel Insurance (X)	5	0,797	Realibel
Tingkat Transaksi Tiket Pesawat (Y)	5	0,805	Realibel

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

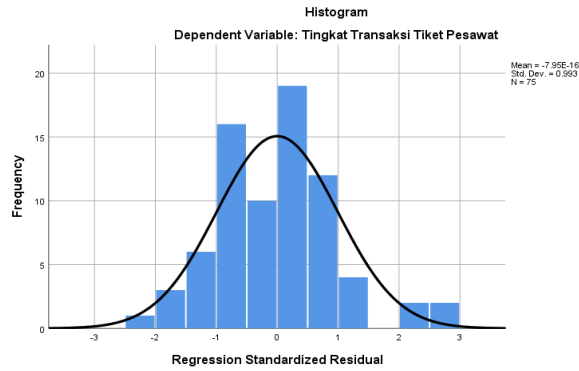
Dari gambar output di atas, diketahui bahwa nilai Alpha variabel X yaitu Persepsi Penggunaan Travel Insurance sebesar 0,797 dan variabel Y yaitu Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka sebesar 0,805. Kemudian nilai alpha dibandingkan dengan nilai probabilitas dengan nilai  $N=100$  dicari pada distribusi nilai probabilitas signifikan 5% diperoleh nilai probabilitas sebesar 0,6. Maka dapat disimpulkan Alpha variabel X dan Y, nilai Cronbach's Alphanya lebih besar dari nilai probabilitas = 0,6 yang artinya item-item angket tersebut dapat dikatakan realibel atau terpercaya sebagai alat pengumpulan data dalam penelitian selanjutnya.

## B. Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas Data

Data yang terdistribusi secara normal yaitu dua sampel yang sudah mewakili populasi. Data dapat dikatakan normal jika nilai signifikannya lebih dari 0,05 begitu juga tingkat signifikan lebih kecil dari 0,05 tidak normal.

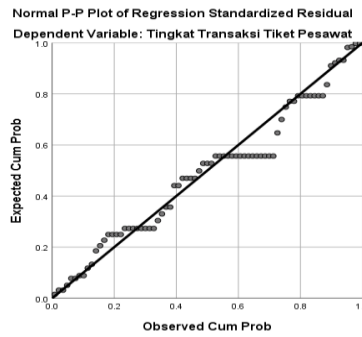
#### a. Berdasarkan Histogram



Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

**Gambar 4.6**  
**Histogram**

**b. Berdasarkan Plot**



Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

**Gambar 4.7**  
**Normal P-P Plot**

**c. Berdasarkan Sample Kolimogorov-Smirnov**

**Tabel 4.10**

**Sample Kolimogorov-Smirnov**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
<b>N</b>		100
<b>Normal Parameters<sup>a,b</sup></b>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.33206809
<b>Most Extreme</b>	Absolute	.163

<b>Differences</b>	Positive	.163
	Negative	-.0100
Test Statistic		.163
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil uji pada normalitas yang dilakukan pada variabel independen dan dependent didapatkan hasil seperti gambar histogram, plot dan Kolimogorov-Smirnov, dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikan pada residual  $0,200 > 0,05$  yang artinya variabel dalam penelitian ini berdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Pengujian Multikolinieritas terhadap data penelitian digunakan dengan uji korelasi. Suatu kelompok data dikatakan tidak ada multikolinieritas jika nilai VIF kurang dari 10 dan *tolerance* lebih dari 0,1. Sedangkan jika nilai VIF lebih dari 10 maka dapat dikatakan bahwa kelompok data tersebut terdapat multikolinieritas. Adapun hasil dari pengujian multikolinieritas yang dilakukan yakni:

**Tabel 4.11**

### Hasil Uji Multikolinieritas

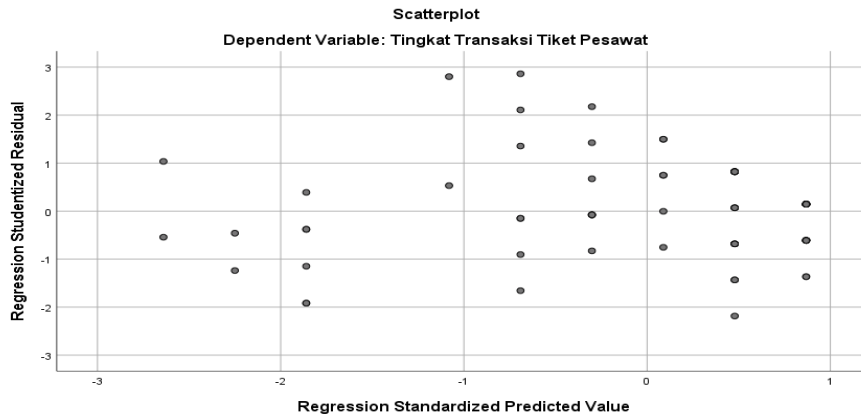
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.249	1.392		1.615	.111		
Persepsi Penggunaan Travel Insurance	.902	.061	.867	14.851	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Berdasarkan hasil Uji Multikolinieritas pada tabel 4.11 di atas, dapat diketahui bahwa nilai VIF untuk Persepsi Penggunaan Travel Insurance (X) sebesar 1.000. Karena nilai VIF lebih dari 10 dan nilai tolerance lebih dari 0,10 untuk variabel independen, maka dapat disimpulkan bahwa pada model regresi terdapat gejala multikolinieritas.

## 3. Uji Heteroskedasitas



Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

**Gambar 4.8**

### Hasil Uji Heteroskedasitas

Pada gambar di atas menunjukkan bahwa titik-titik menyebar disekitar nol, dan tidak hanya mengumpul pada satu titik. Penyebaran titik-titik data tersebut juga tidak membentuk suatu pola tertentu. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi penelitian ini tidak mengalami permasalahan heterokedasitas.

### C. Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance (X), terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka (Y).

**Tabel 4.12**

#### Hasil Perhitungan Regresi Linear Variabel

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.249	1.392		1.615	.111		
Persepsi Penggunaan Travel Insurance	.902	.061	.867	14.851	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel 4.12 di atas diketahui bahwa nilai taksiran parameter model persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$\text{Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka} = 2.249 + 0,902 + e$$

Persamaan regresi linear sederhana diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Konstanta dalam persamaan di atas sebesar 2.249 menunjukkan ada pengaruh dari Persepsi Penggunaan Travel Insurance (X), terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka (Y) adalah sebesar 2.249. Koefisien regresi untuk variabel Persepsi Penggunaan



Travel Insurance (X) bernilai positif menunjukkan angka sebesar 0,902. Hal ini berarti setiap peningkatan 1% Persepsi Penggunaan Travel Insurance, maka akan meningkatkan Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka sebesar 0,902.

#### D. Uji Hipotesis

##### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji t atau lebih dikenal dengan sebutan uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara parsial atau individual dapat menerangkan variasi variabel dependen

**Tabel 4.13**

**Hasil Uji Parsial (Uji t)**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.249	1.392		1.615	.111		
Persepsi Penggunaan Travel Insurance	.902	.061	.867	14.851	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Berdasarkan tabel di atas hasil uji parsial (*t-test*) yang dilakukan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel bebas (independen) yang digunakan dalam penelitian ini berpengaruh terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka (Y) secara terpisah. Nilai t tabel diperoleh dengan  $k = 2$ ,  $n = 75$  dan  $df = n - k$  ( $100 - 2$ ) sehingga diperoleh t tabel = 1.984. Nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Persepsi Penggunaan Travel Insurance adalah 14.851 dengan tingkat Sig. 0,000, dengan Nilai  $t_{hitung}$  ( $14.851$ ) >  $t_{tabel}$  ( $1.984$ ) dan dengan tingkat Sig. ( $0,000$ ) < ( $0,05$ ), maka dapat disimpulkan variabel Persepsi Penggunaan Travel Insurance berpengaruh terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka. Sehingga penelitian ini mendukung hipotesis ( $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak).

##### 2. Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Koefisien determinan ( $R^2$ ) dapat digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi dari keseluruhan variabel independen (X) dan pengaruhnya terhadap variabel dependen (Y). Dari hasil data yang diolah SPSS 26 menghasilkan tabel sebagai berikut:

**Tabel 4.14**

**Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.867 <sup>a</sup>	.751	.748	1.341	1.875

a. Predictors: (Constant), Persepsi Penggunaan Travel Insurance

b. Dependent Variable: Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka

Sumber: Data diolah SPSS 26, 2023

Dari data tabel di atas hasil pada tabel pertama diketahui bahwa 0,751 menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian yang simultan antara variabel Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance Terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka sebesar 75,1% sisanya 24,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model ini.

## **Pembahasan**

Pembahasan pada penelitian ini ditujukan untuk menjelaskan hasil penelitian dengan tujuan penelitian yaitu Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance Terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Persepsi Penggunaan Travel Insurance berpengaruh terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka. Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance adalah 14.851 dengan tingkat Sig. 0,000, dengan Nilai  $t_{hitung}$  (14.851) >  $t_{tabel}$  (1.984) dan dengan tingkat Sig. (0,000) < (0,05), maka dapat disimpulkan variabel Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance berpengaruh terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka. Sehingga penelitian ini mendukung hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti setiap peningkatan 1% Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance, maka akan meningkatkan Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka sebesar 75,1%.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian Shella Lolitha, Samuel Lukas, Frans Panduwinata, dengan judul penelitian “Prediksi Keterlambatan Penerbangan Menggunakan Metode *Decision Tree* Untuk Penentuan Premi Asuransi Perjalanan,” penelitian ini menunjukkan hasil pengujian berdasarkan matriks *confusion* menunjukkan bahwa model untuk memprediksi keterlambatan memiliki akurasi sebesar 72,76%. Kemudian dari proses validasi, didapatkan bahwa tingkat kemiripan hasil prediksi dengan hasil validasi tersebut adalah 96,14%. Hasil penghitungan premi memiliki nilai premi yang lebih masuk akal dan menguntungkan bagi penumpang penerbangan.

Dan penelitian yang dilakukan Annisa Een Enjelina, dengan judul penelitian. “Keputusan Pembelian Online Melalui Citra Merek Berdasarkan Efektivitas Iklan Dengan Epic Model Studi Pada Konsumen Traveloka.com.” Hasil pengujian hipotesis yang telah dilakukan menunjukkan bahwa: efektivitas periklanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas periklanan, citra merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian. Efektivitas periklanan adalah signifikan dan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, citra merek dimoderasi dengan memperkuat pengaruh efektivitas iklan terhadap keputusan pembelian.

Dalam melakukan penelitian pada pengaruh persepsi penggunaan travel insurance terhadap tingkat transaksi melalui aplikasi Traveloka, yakni mahasiswa UIN Sumatera Utara sebagai sampelnya. Peneliti tidak mengalami hambatan yang berarti dalam pencarian data, dikarenakan data yang diambil oleh peneliti adalah *random proportional* sampling, dan adanya pengetahuan awal yang peneliti temukan dalam pelaksanaannya, mayoritas mahasiswa mengetahui tentang Aplikasi Traveloka khususnya website traveloka.com dari intensitas iklan pada media televisi.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan dalam penelitian ini untuk mengetahui Apakah terdapat Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance

Terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka, maka peneliti mengambil kesimpulan bahwa Persepsi Penggunaan Travel Insurance secara persial dan secara simultan berpengaruh terhadap Terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka. Hal ini membuktikan bahwa hasil uji hipotesis dapat diterima kebenarannya.

Hal ini dapat dilihat dari nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance adalah 14.851 dengan tingkat Sig. 0,000, dengan Nilai  $t_{hitung}$  (14.851) >  $t_{tabel}$  (1.984) dan dengan tingkat Sig. (0,000) < (0,05), maka dapat disimpulkan variabel Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance berpengaruh terhadap Tingkat Transaksi Melalui Aplikasi Traveloka. Sehingga penelitian ini mendukung hipotesis  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Hal ini berarti setiap peningkatan 1% Pengaruh Persepsi Penggunaan Travel Insurance, maka akan meningkatkan Tingkat Transaksi Aplikasi Traveloka sebesar 75,1%.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus Tri Basuki. (2016). *Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Nur Ahmadi Bi Rahmani. (2016). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Medan: Febi Uinsu Press.
- Rokmad Subagiyo dan M. Aqim Adlan. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan*. Tulungagung: Akademia Pustaka.
- Yenni Samri Juliati Nasution. (2018). *Pasar Uang dan Pasar Modal*. Medan: Febi Uinsu Press.
- Abdurrahman Sidik, 2019. *Teori, Strategi, dan Evaluasi Merancang Website dalam Perspektif Desain*. Universitas Islam Kalimantan.
- Adrian Sutedi. (2014). *Pasar Modal Syariah Investasi Keuangan Berdasarkan Prinsip Syariah*. Jakarta : Sinar Grafika.
- Afiyanti Tripuspitorin, H. A. (2022). Pengaruh Current Ratio dan Debt to Assets Ratio terhadap Return on Asset pada Perusahaan Subsektor Makanan dan Minuman. *Jurnal Accounting Information System (AIMS)* .
- Alifatul Iaili Fajriah, A. I. (2022). Pengaruh Pertumbuhan Penjualan, Pertumbuhan Perusahaan, dan Ukuran Perusahaan Terhadap Nilai Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis* .
- Ana Sopanah, Irfan Fatoni, Marita Ossy Danawanti, Dwi Ekasari Harmadji, Emiliana Mulia, 2020. *Bunga Rampai Akuntansi Publik: Isu Kontemporer Akuntansi Publik* . Surabaya: Scopindo Media Pustaka.
- Andhini, Amelia 2017. (n.d.). Pengaruh Transaksi Online Shopping dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Kepuasan Konsumen Pada E-Commerce. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen* , Volume 6, Nomor 7, Juli.
- Andri Soemitra. (2009). *Bank & Lembaga Keuangan Syariah Edisi Kedua*. Depok: Kencana.
- Anggraeni, P. (2013). *Hukum Berinvestasi Pada Asuransi Jiwa Syariah Berbasis Unit Link*. Malang: Fakultas Syariah Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Anisa Ika Hanani. (2015). *Analisis Pengaruh Earning Per Share (EPS), Return On Equity (ROE), dan Debt To Equity (DER) Terhadap Return Saham pada Perusahaan-perusahaan dalam Jakarta Islamic Indeks (JII) Periode Tahun 2005-2007*.
- Annisa Een Enjelina, 2022. (n.d.). Keputusan Pembelian Online Melalui Citra Merek Berdasarkan Efektivitas Iklan Dengan Epic Model Studi Pada Konsumen Traveloka.com. *Jurnal Manajemen Pemasaran* , 16 (2), 57-66, 2022.
- Arfan Ikhsan, d. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen* . Bandung: Citaustaka Media.
- Arifin A. (2002). *Membaca Saham*. Yogyakarta: Andi.

- Arni Eka Susantri, Dasman Lanin, dan Nora Eka Putri, 2018. (n.d.). Efektivitas Pelaksanaan Program Pelayanan Publik Plus di Kecamatan Kuranji Kota Padang. *Jurnal Of Education on Social Science (JESS)* , Vol. 2, No. 1 (2018), 4.
- Arsyad, Azhar. 2019. *Media Pembelajaran*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Atika Andriani, S. R. (2023). Analisis Implementasi Strategi Pemasaran Asuransi Pendidikan Mitra Iqra dalam Kajian Asuransi Syariah. *Manbiz: Journal Of Management & Bisnis* .
- Azhar Susanto, 2013. *Sistem Informasi Akuntansi, Struktur Pengendalian Resiko-Pengembangan, Edisi Perdana*. Bandung: Lingga Jaya.
- Babay Suhendri dan Syaechurodji, 2022. (n.d.). Perancangan Aplikasi Arsip Digital Pada Koni Kota Serang. *Jurnal Sistem Informasi dan Informatika (Simika)* , Vol 5 No 2 Tahun 2022.
- Danang Sunyoto. (2011). *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis*. Yogyakarta: CAPS.
- Darmadji dan Fakhrudin. (2012). *Pasar Modal di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Eduardus Tandelilin. (2010). *Portofolio dan Investasi*. Yogyakarta: Kanisus.
- Elvina Damayanti, R. D. (2022). Analisis Sistem Pengendalian Internal Terhadap Tingkat Piutang pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Silaupiasa Kabupaten Asahan. *Ulul Albab: Jurnal Ilmiah Multidisiplin* .
- Erina Octaviani, Fia Fridayanti Adam, 2022. (n.d.). Implementasi Polis Asuransi Syariah Perjalanan Umrah (ASPU) yang Diterbitkan Oleh Asosiasi Asuransi Syariah Indonesia (AASI) Bagi Jemaah Umrah di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan* , Volume: 5 Nomor: 1, Juli-Desember.
- Fabozzi J Frank. (2000). *Manajemen Investasi Buku II*. Jakarta: Salemba Empat.
- Facrurazi, N. C. (2022). *Dasar dan Konsep Manajemen organisasi*. Batam.
- Fahmi, I. (2017). *Anaisis laporan Keuangan*. Bandung: Alfabeta.
- Farida Hanum, Nur Ahmadi Bi Rahmani, 2022. (n.d.). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Emina Pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. *Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Samratulangi* , Vol 9 No. 3 2022.
- Fauzi, W. (2019). *Hukum Asuransi di Indonesia (Cet. 1)*. Padang: Andalas University Press.
- Hansen, Verawati dan Juniarti. (2014). Pengaruh Family Control, Size, Sales Growth, Dan Leverage Terhadap Profitabilitas Dan Nilai Perusahaan Pada Sektor Perdagangan, Jasa, Dan Investasi. (n.d.). *Jurnal Bussines Accounting Review* , 121-130.
- Harahap, T. A. (2021). Analisis Kinerja Agen Dalam Strategi, Segmentasi dani Target Pemasaran Dalam Melakukan Penjualan Pada PT.Asuransi Umum Bumiputera Muda Medan1967. *Jurnal Ekonomi, Sosial dan Humaniora* .
- Hasibuan, Reni Ria Armayani dan Jannah, Nurul dan Syahputra, Angga dan Hayati (editor), Fitri 2022. *Ekonomi Mikro Islam*. Medan: CV. Merdeka Kreasi Group.
- Imam Ghozali. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Insar, Reni Ria Armayani Hasibuan, 2023. (n.d.). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Nasabah dalam Membeli Polis Asuransi pada AJB Bumi Putera 1912 Cabang Medan. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen* , 3 (1), 258-284.
- Inayah Inayah, Arif Fakhrudin, 2023. (n.d.). Pengaruh Promosi dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Melalui Traveloka. *JETISH: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi Ilmu Sosial dan Kesehatan* , 2 (1), 292-305.
- Indonesia, D. A. (2017). *Al-Qur'an Terjemah*. Samad.
- Irhah Fahmi. (2012). *Pengantar Pasar Modal Edisi Pertama*. Bandung: Alfabeta.

- Isnawan, G. (2012). *Investasi Syariah*. Jakarta: Laskar Askara.
- J. P. Sitanggang. (2014). *Manajemen Keuangan Perusahaan*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Jessica Luas, Marthen Kimbal, dan Frans Singkoh, 2017. (n.d.). Efektivitas Pelayanan Publik di Kelurahan Kakaskasen Dua Kecamatan Tomohon Utara Kota Tomohon. *Jurnal Jurusan Ilmu Pemerintahan* , Vol. 2 No. 2, 4-5.
- Juliandi. (2013). *Metode Penelitian Deskriptif Untuk Ilmu-Ilmu Bisnis*. Medan.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2*. Jakarta: PT. Indeks.
- Nasution, S. A. (2022). Analisa Peningkatan Minat Terhadap Produk Asuransi Syariah. *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Bisnis Islam* .
- Nasution, Y. S. (2021). *Manajemen Zakat dan Wakaf*. Medan: FEBI UIN-SU Press.
- Nasution, Y. S. (2018). Mekanisme Pasar Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *At-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam* .
- Nur Amalia, Y. S. (2023). Analisis Laporan Keuangan untuk Menilai Kinerja Keuangan PT Lion Metal Works Tbk Periode 2016-2021. *Journal Research oF Economic dan Business* .
- Nurbaiti, Siti Aisyah, Tri Inda Fadhila Rahma, Nur Ahmadi Bi Rahmani dan Muhammad Ikhsan Harahap, 2020. (n.d.). Perdagangan E-Commerce Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Manajemen dan Inovasi Bisnis* , Volume: 02, No: 02.
- Nuriasari, S. (2018). Analisa Rasio Likuiditas dalam Mengukur Kinerja Keuangan PT. Mustika Ratu, Tbk (Tahun 2010-2016). *Jurnal Riset Bisnis dan Investasi* .
- Nurul Huda, M. E. (2007). *Investasi Pasar Modal Syariah* . Jakarta: Kencana.
- Prima Dwi Priyatno, I. P. (2020). Penerapan Maqashid Syariah Pada Mekanisme Asuransi Syariah. *Jurnal Studi Ekonomi dan Keuangan Islam* .