

ABSTRAK

Traveloka adalah sebuah perusahaan reservasi tiket pesawat dan hotel dimana pengguna dapat melakukan pemesanan pada situs Traveloka.com. Traveloka menggunakan konsep pemasaran berbasis online melalui website sebagai sarana mengkomunikasikan produk-produk perusahaan kepada publiknya. Semakin baik efektifitas website Traveloka tersebut diharapkan mampu menambah kepuasan kebutuhan konsumen akan informasi harga promosi tiket. Efektivitas ini merupakan komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan untuk memuaskan pihak lain. Maka, tujuan penelitian ini adalah untuk mengukur efektifitas website traveloka terhadap kepuasan kebutuhan informasi harga tiket promo. *Individual Differences Theory* digunakan untuk menggambarkan kepuasan kebutuhan informasi sebagai sebuah perbedaan-perbedaan di antara individu-individu sebagai sasaran media massa ketika mereka eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah survey, dimana peneliti menyebarkan kuesioner pada 91 responden mahasiswa UNAIR. Dari perhitungan efektifitas website Traveloka sebesar 74,85% di kategorikan tinggi dan kepuasan kebutuhan informasi sebesar 75,91% dikategorikan tinggi. Analisis korelasi, antara variabel efektifitas website dengan variabel kepuasan kebutuhan informasi memiliki hubungan yang cukup kuat dan positif sebesar 0,534. Setelah dilakukan uji regresi linier sederhana dihasilkan persamaan $Y = 13.881 + 0,475 X$ dengan hasil koefisien determinasi sebesar 28,51% yang menandakan bahwa kepuasan kebutuhan informasi harga promosi tiket positif dipengaruhi oleh efektifitas website traveloka sementara sisanya sebesar 71,39% dipengaruhi faktor lain. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas website traveloka yang baik, memberikan dampak yang positif pada kepuasan kebutuhan informasi harga promosi.