

Pengaruh *E-Service Quality*, Tarif, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Online Pesawat CitiLink Di Yogyakarta

EKO YUNianto

141140340

ABSTRAK

Keputusan Pembelian adalah sebuah proses dimana konsumen mengenal masalah-masalahnya, mencari informasi produk atau merek tertentu dan mengevaluasi seberapa baik masing-masing alternatif tersebut dapat memecahkan masalahnya yang kemudian mengarah kepada keputusan pembelian. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *E-service quality*, tarif, dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket *online* pesawat CitiLink Di Yogyakarta. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 115 responden yang melakukan pembelian tiket pesawat CitiLink secara *online* di Yogyakarta. Metode dalam teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Uji alat yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas. Analisis data yang digunakan adalah koefisien korelasi, determinasi, regresi linier sederhana, uji t, regresi linier berganda, dan uji F.

Penelitian ini bertujuan, untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *E-service quality*, tarif, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan pelayanan *E-service quality*, tarif, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian adalah : adanya hubungan positif dan signifikan antara *E-Service Quality* (X_1), Tarif (X_2), dan Promosi (X_3) dengan keputusan pembelian (Y) yang dinyatakan dalam bentuk persamaan regresi $Y = 7.408 + 0.226X_1 + 0.308X_2 + 0.106X_3$.

Kata Kunci : pengaruh *e-service quality*, tarif, promosi, dan keputusan pembelian