

Pengaruh Pelayanan Sistem *Online*, Tarif, dan Publikasi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket *Online*

(Survei Pada Konsumen Air Asia Di Yogyakarta)

RIZKY FADHILA MUNIR

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional ‘‘Veteran’’ Yogyakarta

e-mail : rizkyfadhilla99@gmail.com

Pembimbing I : Drs. Hadi Oetomo, MM

Pembimbing II : Drs. Ibrahim, MM

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 pelayanan sistem *online*, tarif, dan publikasi terhadap keputusan pembelian tiket *online* Air Asia Di Yogyakarta. Sampel penelitian yang digunakan sebanyak 80 responden yang melakukan pembelian tiket *online* Air Asia 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 pelayanan sistem *online*, tarif, dan publikasi secara bersama-sama dan parsial terhadap keputusan pembelian. Hasil penelitian menunjukkan pelayanan sistem *online*, tarif, dan publikasi secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara parsial pelayanan sistem *online*, tarif, dan publikasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : pelayanan sistem *online*, tarif, publikasi, dan keputusan pembelian