PENGARUH HARGA, *E-SERVICE QUALITY*, PROMOSI DAN *BRAND AWARENESS* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TIKET.COM

(Survei pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran"

Yogyakarta)

Muhammad Priatian Megagemilang Rizki
NIM: 141150499
Mahasiswa Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta
(gilangmegagemilang@gmail.com)

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh harga, e-service quality, promosi dan brand awareness terhadap keputsan pembelian di Tiket.com dikalangan mahasiswa fakultas ekonomi dan bisnis UPN "Veteran" Yogyakarta. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Sampel yang digunakan adalah 100 responden yang diambil dari mahasiswa yang pernah melakukan pembelian di Tiket.com. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling. Metode pengumpulan data dengan kuesioner yang disebar secara online. Analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS versi 25. Hasil penelitian uji F regresi ditemukan bahwa variable harga, e-service quality, promosi dan brand awareness secara bersamasama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Tiket.com. Sedangkan untuk hasil pengujian hipotesis t ditemukan bahwa variable harga, e-service quality, promosi dan brand awareness secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian di Tiket.com.

Kata Kunci: Harga, *E-service quality*, Promosi, *Brand awareness*, Keputusan pembelian