

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh timbulnya fenomena dimana Traveloka adalah sebuah perusahaan reservasi tiket pesawat dimana pengguna dapat melakukan pemesanan pada situs Traveloka.com. Traveloka menggunakan konsep pemasaran berbasis online yang dimana pelanggannya bisa melihat informasi harga-harga tiket pesawat. Penelitian ini dilakukan terhadap 100 responden dengan menggunakan pendekatan Kuantitatif. Sampel Penelitian ini adalah Pelanggan Traveloka di wilayah Kota Serang Banten dengan metode non probability, teknik purposive, dan instrumen penelitian ini menggunakan kuisioner dan analisis menggunakan regresi linier berganda dengan SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan secara simultan dan parsial terhadap Keputusan Pembelian Traveloka di wilayah Kota Serang Banten.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Pelayanan dan Keputusan Pembelian



ABSTRACT

This research was motivated by the emergence of a phenomenon in which Traveloka is an air ticket reservation company where the user can place an order on the site Traveloka.com. Traveloka use concept-based online marketing where its customers can view information-ticket prices. This study was conducted on 100 respondents using a quantitative approach. Samples of this research is Traveloka Customers in the city of Serang Banten with non-probability methods, techniques purposive, and instruments of this research using a questionnaire and analyzed using multiple linear regression with SPSS 21. The results of this study showed that variables Price and Quality Service and significant positive effect simultaneously and partially on the Purchase Decision Traveloka in the city of Serang Banten.

Keywords: Price, Quality of Service and Purchase Decision

