

ABSTRACT

This study aims to determine: (1) the effect of advertising on purchasing decisions on the online flight ticket booking site and Utiket.com's travel site, (2) the influence of lifestyle on purchasing decisions on the plane ticket and online travel booking site Utiket.com, (3) the influence of brand image on purchasing decisions on the online ticket booking site and Utiket.com's travel. This study uses a quantitative method and the sampling method in this study is to use the purposive sampling method, a sample of 155 who have made purchases on the online plane ticket booking site and Utiket.com travel in the West Jakarta area. The method used in this study is PLS 3.0.

The results of this study indicate that Advertising, Lifestyle and Brand Image influence purchasing decisions. On the Online Plane Ticket Booking Site and Utiket.com Travel. This is evidenced from the results of the validity test, the reliability test and the hypothesis test also showed a significant value of the three independent variables that support the hypothesis.

Keywords: Advertising, Lifestyle, Brand Image, Purchasing Decisions



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui: (1) pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian pada situs *online booking* tiket pesawat dan *travel* Utiket.com, (2) pengaruh gaya hidup terhadap keputusan pembelian pada situs *online booking* tiket pesawat dan *travel* Utiket.com, (3) pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian pada situs *online booking* tiket pesawat dan *travel* Utiket.com. penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan metode pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode *Incidental Sampling*, sampelnya berjumlah 155 yang telah melakukan pembelian pada situs *online booking* tiket pesawat dan *travel* Utiket.com di area Jakarta Barat. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah PLS 3.0.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Iklan, Gaya hidup dan Citra Merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Pada Situs *Online Booking* Tiket Pesawat dan *Travel* Utiket.com. Hal ini dibuktikan dari hasil uji validitas, uji reabilitas dan uji hipotesis juga menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesis.

Kata kunci: Iklan, Gaya Hidup, Citra Merek, Keputusan Pembelian

UNIVERSITAS
MERCU BUANA