

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh persepsi harga, Perilaku dan strategi bersaing terhadap keputusan pembelian. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat di daerah Jakarta yang pernah menggunakan Traveloka. Pengambilan sampel menggunakan teknik *convenience sampling* yang didapat sebanyak 120 responden. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square*. Penelitian ini membuktikan bahwa persepsi harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, Perilaku berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan strategi bersaing berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Persepsi harga, Perilaku, Strategi Bersaing, Traveloka.



ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price perceptions, attitudes and competitive strategies on purchasing decisions. The population in this study are people in the Jakarta area who have used Traveloka. Sampling using convenience sampling technique obtained as many as 120 respondents. Data analysis method using Partial Least Square. This study proves that price perception has a positive and significant effect on purchasing decisions, attitudes have a positive and significant effect on purchasing decisions, and competitive strategies have a positive and significant effect on purchasing decisions.

Keyword : *Price Perception, Attitude, Competitive Strategies, Traveloka.*

