

**PENGARUH PENERAPAN PROMOSI DAN DISKON TIKET  
PESAWAT ONLINE MELALUI TIKET.COM TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN DI BANDAR UDARA INTERNASIONAL SOEKARNO  
HATTA TANGERANG BANTEN**

**Pembimbing : Faiz Albanna, S.Kom., M.Kom**

**Penulis :**

**Tirta Suryadi Hutasoit**

**INTISARI**

Penelitian ini meneliti penetapan promosi dan diskon terhadap kepuasan konsumen dalam membeli tiket di aplikasi Tiket.com. Dengan menerapkan sistem online dalam penjualan tiket, para calon pembeli tiket dapat lebih mudah dalam membeli sebuah tiket pesawat tanpa perlu pergi ke travel agen. Demi memperlancar penjualan tiket, perusahaan Tiket.com memberlakukan diskon kepada calon pembeli dengan cara mempromosikannya melalui media digital, dengan diberlakukannya promosi dan diskon ini peneliti tertarik untuk meneliti apakah promosi dan diskon dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan populasinya yaitu konsumen yang pernah membeli tiket pesawat online di Tiket.com dan menggunakan promosi diskon dengan rute tujuan atau transit di bandara Soekarno Hatta Tangerang, sampel yang diambil dari penelitian ini berjumlah 100 responden dan pengumpulan data ini menggunakan kuesioner online serta dokumentasi yang

berbentuk hasil screenshot para responden yang sudah melakukan pengisian kuesioner yang telah disediakan

Hasil dari penelitian ini skor data hasil kuesioner yang diperoleh variabel promosi (X1) dan diskon (X2) berpengaruh terhadap kepuasan penumpang (Y). Tiap tiap variabel di uji menggunakan regresi linear berganda, uji T, Uji F dan koefisien determinasi dan didukung dengan menggunakan program SPSS versi 23

**KATA KUNCI** : Promosi, Diskon, Kepuasan Konsumen.



**THE EFFECT OF THE IMPLEMENTATION OF ONLINE AIRCRAFT  
TICKET PROMOTIONS AND DISCOUNTS THROUGH TIKET.COM ON  
CUSTOMER SATISFACTION AT SOEKARNO HATTA TANGERANG  
BANTEN INTERNATIONAL AIRPORT**

**Advistor : Faiz Albanna, S.Kom., M.Kom**

**By :**

**Tirta Suryadi Hutasoit**

**ABSTRACT**

This study examines promotion and discount determination on passenger satisfaction in buying tickets on the Tiket.com application. By implementing an online system in ticket sales, potential ticket buyers can more easily buy an airplane ticket without the need to go to a travel agent. In order to facilitate ticket sales, the Tiket.com Company applies discounts to prospective buyers by promoting it through digital media, by implementing it. Promotions and discounts researchers are interested in examining whether promotions and discounts can affect passenger satisfaction.

This research is a quantitative research with a population, namely passengers who have bought plane tickets online at Tiket.com and use discount promotions with destination or transit routes at Soekarno Hatta airport in Tangerang, the sample taken from this study amounted to 100 respondents and this

data collection used a questionnaire. online and documentation in the form of a screenshot of the respondents who have filled out the questionnaire that has been provided.

The results of this study scored data from questionnaires obtained by promotional variables (X1) and discounts (X2) affecting passenger satisfaction (Y). Each variable is tested using multiple linear regressions, T test, F test and determination coefficient and is supported using SPSS 23 version 23.

**KEY WORDS:** Promotion, Discounts, Customer Satisfaction.

