

Pengaruh Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada Situs Traveloka.Com. Skripsi. Prodi DIV Manajemen Transportasi Udara, Jenjang Sarjana, Program Diploma IV, Sekolah Tinggi Teknologi Kedirgantaraan Yogyakarta, Pembimbing Djoko Widagdo, S.E., M.Si.

Penulis :

Evi Mardianti

INTISARI :

Di era globalisasi ini berbelanja menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Dulunya masyarakat dalam memenuhi kebutuhannya mereka harus datang langsung ke penjualnya. Namun pada saat ini mereka dapat memenuhi kebutuhan mereka dengan berbelanja secara online. Perubahan perilaku konsumen tersebut tentunya terjadi tidak begitu saja, namun ada hal-hal yang mempengaruhinya seperti faktor budaya, sosial, pribadi dan psikologis. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara online pada situs traveloka.com.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan teknik analisis regresi sederhana. Dikarenakan adanya pandemi Covid- 19 penyebaran kuisioner dilakakukn secara online melalui Google Form. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 100 responden sebagai sampel.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perilaku konsumen memiliki pengaruh yang cukup signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara online pada situs Traveloka.com. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan analisis regresi linier sederhana, yaitu $Y = 4,335 + 0,272 X$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa variabel X (Perilaku Konsumen) berpengaruh positif terhadap varibel Y (Keputusan Pembelian) dengan pengaruh sebesar 33%.

Kata Kunci : Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian, Traveloka.com.

The Effect Of Costumer Behavior On The Decision To Purchase Tickets Online On Traveloka.Com. A Thesis. DIV Air Transportation Mangement Study Program, Undergraduate Level, Diploma IV Program, Yogyakarta Aerospace Technology Collage. Supervisor : Djoko Widagdo, S.E., M.S.I.

Written by :

Evi Mardianti

Abstract :

In this era of globalization, shopping becomes *part of people's lives*. Once the community is meeting its needs they had to come directly to the seller. But at the moment they can meet their needs by shopping online. The change in consumer behavior certainly happens not just but some things affect it such as cultural, social, personal, and psychological factors.

The study led to a look at the effect of consumer behavior on online airfare purchase decisions on traveloka.com. This is a quantitative research study and the data were analyzed using a simple regression analysis technique. Due to the Covid-19 pandemic, the distribution of the questionnaires was carried out online through Google Form. In this study, researcher used 100 respondents as samples.

The results showed that consumer behavior has a significant effect on the decision to purchase airline tickets online on Traveloka.com. This can be seen from the calculation of simple linear regression analysis, namely $Y = 4,335 + 0.272 X$. The results showed that the variable X (Consumer Behavior) positive effect on variable Y (Purchasing Decision) with an influence of 33%.

Keywords: Consumer Behavior, Purchasing Decisions, Traveloka.com.