

ABSTRAK

**PENGARUH KUALITAS SITUS WEB, PROMOSI HARGA,
DAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL TERHADAP PENGAMBILAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET ELEKTRONIK
PADA SITUS TIKET.COM**

Oktavianus Harry Putra

Universitas Sanata Dharma

Yogyakarta

2020

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah: 1) kualitas situs *web* berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) promosi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) pemasaran media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen Tiket.com yang sudah pernah membeli produk ataupun menggunakan jasa minimal satu kali pembelian pada *online travel agent* Tiket.com. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*. Data diperoleh dengan membagikan kuesioner kepada 108 responden secara online menggunakan *google form*. Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah uji asumsi klasik, analisis deskriptif, dan analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: 1) kualitas situs web berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 2) promosi harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian, 3) pemasaran media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: kualitas situs web, promosi harga, pemasaran media sosial, dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

THE EFFECT OF WEBSITE QUALITY, PRICE PROMOTION, AND SOCIAL MEDIA MARKETING ON TAKING DECISIONS TO BUY E-TICKETS ON TICKET.COM SITES

Oktavianus Harry Putra
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2020

This study aims to find out whether: 1) website quality influences purchasing decisions, 2) price promotion influences purchasing decisions, 3) social media marketing influences purchasing decisions. The population used in this study is all Tiket.com consumers who have already purchased products or used services at least one time purchase at Tiket.com online travel agents. The sampling technique in this study used purposive sampling. The data was obtained by distributing questionnaires to 108 respondents online using google form. The data analysis techniques in this study is the classic assumption test, descriptive analysis, and multiple linear regression analysis using the SPSS. The results of this study indicate that: 1) website quality influences purchasing decisions, 2) price promotion influences purchasing decisions, 3) social media marketing influences purchasing decisions.

Keywords: website quality, price promotion, social media marketing, and purchasing decisions.

