

**STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TIKET PESAWAT ONLINE MELALUI
APLIKASI TRAVELOKA SELAMA MASA PANDEMI
COVID-19**

(Studi Kasus di Wilayah DKI Jakarta)

SKRIPSI

RIFKA ANANDA YULIANTI

21160000220



**PROGRAM STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

**STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN TIKET PESAWAT ONLINE MELALUI
APLIKASI TRAVELOKA SELAMA MASA PANDEMI
COVID-19**

(Studi Kasus di Wilayah DKI Jakarta)

SKRIPSI

RIFKA ANANDA YULIANTI

21160000220



**PROGRAM STRATA 1 MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI INDONESIA
JAKARTA
2020**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Karya Ilmiah dengan judul :

STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT ONLINE MELALUI APLIKASI TRAVELOKA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

(Studi Kasus di Wilayah DKI Jakarta)

Yang disusun untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI) Jakarta, sejauh yang saya ketahui bukan merupakan tiruan, duplikasi ataupun plagiat dari karya ilmiah yang sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di lingkungan STEI dan di Perguruan Tinggi lainnya, kecuali bagian sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya. Jika dikemudian hari dapat dibuktikan bahwa terdapat unsur tiruan, duplikasi ataupun plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Jakarta, 26 September 2020



RIFKA ANANDA YULIANTI

NPM 2116000220

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Karya ilmiah dengan judul :

STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT ONLINE MELALUI APLIKASI TRAVELOKA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

(Studi Kasus di Wilayah DKI Jakarta)

dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia. Karya Ilmiah ini di tulis dibawah bimbingan Ibu Megayani, SE, MM. dan diketahui oleh Kepala Program Studi S-1 Manajemen, serta dinyatakan memenuhi syarat sebagai karya ilmiah pada Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, Jakarta.

Jakarta, September 2020

Pembimbing,



Megayani,SE, MM.

Kepala Program Studi S-1 Manajemen,



Drs. Sumitro, M.Sc

HALAMAN PENGESAHAN



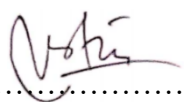

Karya Ilmiah dengan judul :

STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT ONLINE MELALUI APLIKASI TRAVELOKA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

(Studi Kasus di Wilayah DKI Jakarta)

Telah diuji dalam suatu sidang Karya Ilmiah yang diselenggarakan oleh Program Studi S-1 Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi pada tanggal 15 September 2020 dengan nilai A-

PANITIA Ujian Karya Ilmiah

1.  ; Drs. Sumitro, M.Sc
(Kepala Program Studi S-1 Manajemen)
2.  ; Megayani, SE. MM.
(Pembimbing)
3.  ; Lina Noersanti, S.Si. , M.Si
(Anggota Penguji)
4.  ; Rutinaias Haholongan, SE, MM
(Anggota Penguji)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas ke hadirat Allah SWT berkat karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan karya ilmiah yang merupakan sebagian persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada program studi S-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.

Karya ilmiah ini dapat diselesaikan berkat bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, sehingga semua kendala yang dihadapi dapat diatasi dengan baik. Pada kesempatan kali ini disampaikan ungkapan terima kasih yang setulusnya kepada :

1. Ibu Megayani, SE. MM. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Lina Noersanti, S.Si. , M.Si dan Ibu Rutinaias Haholongan, SE, MM selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu dan tenaga atas saran dan kritikan selama proses sidang.
3. Bapak Drs. Ridwan Maronrong, M.Sc selaku Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), Jakarta.
4. Bapak Drs. Sumitro, M.Sc selaku Kepala Program Studi S-1 Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI).
5. Segenap dosen Program Studi S-1 Manajemen di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STEI), atas ilmu yang telah diberikan selama peneliti menyelesaikan studi.
6. Kedua Orang tua tercinta peneliti yaitu, Bapak Suardi dan Mama Warningsih yang selalu memberikan doa, semangat, bantuan, dukungan serta rasa sayang kepada peneliti.
7. Kakak-kakak peneliti yaitu, Rina, Rani dan Ica serta keponakan tersayang yaitu, Shafa, Fathan dan Neira yang selalu memberikan dukungan, semangat dan doa.
8. Seluruh keluarga besar yang tidak ada henti-hentinya dalam memberikan semangat dan doa kepada peneliti.

9. Anintia Zahro Nabillah selaku sahabat yang selalu ada untuk saya kapanpun dan dimanapun serta terus mendukung saya sampai akhir.
10. Fenkielta Monied, Nopy Ernawati dan Ayu Nadia selaku sahabat yang telah meluangkan waktunya untuk membantu saya dalam menyusun skripsi ini.
11. Sahabat peneliti Lenny, Usha, Alqarana, Amel, Anindya, Farah, Dhita, Hesti dan Yuli yang telah memberikan dukungan kepada peneliti.
12. Teman kelas C Manajemen 2016 yang telah memberi warna dalam masa perkuliahan di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam karya ilmiah ini masih terdapat kekurangan/kelemahan. Untuk itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran untuk penyempurnaan karya ilmiah ini.

Jakarta, 25 September 2020



RIFKA ANANDA YULIANTI

NPM 21160000220

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai aktivis akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rifka Ananda Yulianti
NPM : 21160000220
Program Studi : S-1 Manajemen
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT ONLINE MELALUI APLIKASI TRAVELOKA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19

(Studi Kasus di Wilayah DKI Jakarta)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta, September 2020
Pada tanggal :

Yang menyatakan,



Rifka Ananda Yulianti

Rifka Ananda Yulianti NPM : 21160000220 Program Studi S1 Manajemen	Dosen Pembimbing : Megayani, SE. MM.
STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT ONLINE MELALUI APLIKASI TRAVELOKA SELAMA MASA PANDEMI COVID-19 (Studi Kasus di Wilayah DKI Jakarta)	
ABSTRAK	
<p>Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara produk, harga, promosi dan tempat terhadap keputusan pembelian tiket pesawat online di Aplikasi Traveloka selama masa Pandemi COVID-19 di Wilayah DKI Jakarta.</p> <p>Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif dan pendekatan kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden dengan menggunakan <i>purposive sampling</i>. Metode pengolahan data dalam penelitian ini yaitu menggunakan program SPSS versi 26.0.</p> <p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Produk secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, variabel harga secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, variabel Promosi secara parsial tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian, variabel Tempat secara parsial berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian dan secara simultan dapat dikatakan bahwa variabel Produk, Harga, Promosi, dan Tempat berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.</p> <p><i>Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Tempat dan Keputusan Pembelian</i></p>	

<p>Rifka Ananda Yulianti</p> <p>NPM : 21160000220</p> <p>Program Studi S-1 Manajemen</p>	<p>Dosen Pembimbing :</p> <p>Megayani, SE. MM.</p>
<p><i>MARKETING STRATEGY FOR ONLINE FLIGHT TICKET PURCHASE DECISIONS THROUGH THE TRAVELOKA APPLICATION DURING THE COVID 19 PANDEMIC (CASE STUDY: DKI JAKARTA)</i></p>	
<p><i>ABSTRACT</i></p> <p>This study aims to see the influence between product, price, promotion, and place of decision to purchase airplane tickets on the Traveloka Application during the COVID-19 Pandemic in the DKI Jakarta Region.</p> <p>This research uses an associative research type and a quantitative approach. The sample in this study were 100 respondents using purposive sampling. The data processing method in this study uses the SPSS version 26.0 program.</p> <p>These results indicate that the Product variable partially affects the Purchase Decision, the Price variable partially has no effect on the Purchase Decision, the Promotion variable does not partially affect the Purchase Decision, the Place variable partially affects the Purchase Decision and simultaneously it can be said that the Product, Price variable , Promotion, and Place influence Purchasing Decisions.</p>	
<p><i>Keywords : Product, Price, Promotion, Place, Purchasing decision</i></p>	

DAFTAR ISI

PERNYATAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	ii
PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	8
1.4. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	10
2.1. Review Hasil-hasil Penelitian.....	10
2.2. Landasan Teori.....	14
2.2.1. Pemasaran.....	14
2.2.1.1. Pengertian Pemasaran.....	14
2.2.1.2. Konsep Pemasaran.....	15
2.2.2. Pemasaran Jasa.....	16
2.2.2.1. Definisi dan Karakteristik Jasa.....	17
2.2.2.2. Klasifikasi Jasa.....	18
2.2.3. Bauran Pemasaran Jasa.....	19

2.2.3.1. Produk (<i>product</i>).....	19
2.2.3.2. Indikator produk.....	19
2.2.3.3. Harga (<i>price</i>).....	20
2.2.3.4. Konsep Harga.....	21
2.2.3.5. Indikator Harga.....	21
2.2.3.6. Tujuan Penetapan Harga Jasa.....	22
2.2.3.7. Promosi.....	23
2.2.3.8. Indikator Promosi.....	23
2.2.3.9. Tempat (<i>place</i>).....	24
2.2.3.10. Indikator Tempat.....	24
2.2.4. Keputusan Pembelian.....	25
2.2.4.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	25
2.2.4.2. Faktor -faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian.....	25
2.2.4.3. Proses Keputusan Pembelian.....	26
2.2.4.4. Peran Proses Keputusan Pembelian.....	27
2.2.4.5. Jenis-jenis perilaku keputusan pembelian.....	28
2.2.4.6. Indikator Keputusan Pembelian.....	29
2.3. Keterkaitan Antar Variabel Penelitian	
2.3.1. Pengaruh Produk tiket pesawat terhadap keputusan pembelian tiket pesawat	30
2.3.2. Pengaruh Harga tiket pesawat terhadap keputusan pembelian tiket pesawat.....	31
2.3.3. Pengaruh Promosi tiket pesawat terhadap keputusan pembelian tiket pesawat.....	31
2.3.4. Pengaruh Tempat atau saluran distribusi tiket pesawat terhadap keputusan pembelian tiket pesawat.....	31
2.3.5. Pengaruh produk, harga, promosi dan tempat atau saluran distribusi tiket pesawat terhadap pembelian tiket pesawat.....	32
BAB III METODA PENELITIAN.....	36

3.1. Strategi Penelitian.....	36
3.2. Populasi dan Sampel.....	36
3.2.1. Populasi Penelitian.....	36
3.2.2. Sampel Penelitian.....	37
3.3. Data dan Metoda Pengumpulan Data.....	38
3.4. Operasional Variabel.....	40
3.5. Metoda Analisis Data.....	41
3.5.1. Pengolahan Data.....	42
3.5.2. Cara Penyajian Data.....	42
3.5.3. Alat Analisis Statistik Data.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1. Deskripsi Obyek Penelitian.....	47
4.2. Deskripsi Responden.....	47
4.2.1. Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	48
4.2.2. Deskripsi Responden berdasarkan usia.....	48
4.2.3. Deskripsi responden berdasarkan pekerjaan.....	49
4.2.4. Deskripsi responden berdasarkan domisili tempat tinggal...50	
4.2.5. Deskripsi respponden berdasarkan waktu pembelian tiket pesawat.....50	
4.2.6. Deskripsi responden berdasarkan tujuan pembelian tiket pesawat.....51	
4.3. Deskripsi Data.....	52
4.3.1. Variabel Produk (X1).....	52
4.3.2. Variabel Harga (X2).....	52
4.3.3. Variabel Promosi (X3).....	53
4.3.4. Variabel Tempat (X4).....	54
4.3.5. Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	54
4.4. Hasil Pengujian Instrument Penelitian.....	55
4.4.1. Uji Validitas.....	55

4.4.2. Uji Reliabilitas.....	57
4.5. Analisis Statistik Data.....	58
4.5.1. Analisis Koefisien Determinasi Parsial.....	58
4.5.2. Analisis Koefisien Determinasi Berganda.....	61
4.5.3. Uji Hipotesis.....	62
4.6. Temuan Hasil Penelitian.....	65
4.6.1. Pengaruh Produk (X1) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	65
4.6.2. Pengaruh Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	66
4.6.3. Pengaruh Promosi (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	67
4.6.4. Pengaruh Tempat (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	67
4.6.5. Pengaruh Produk (X1), Harga (X2), Promosi (X3), Tempat (X4) terhadap Keputusan Pembelian (Y).....	68
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	69
5.1. Simpulan.....	69
5.2. Saran.....	70
5.3. Keterbatasan Penelitian dan Pengembangan Penelitian Selanjutnya.....	70
Daftar Referensi.....	71
Lampiran.....	74
Daftar Riwayat Hidup Peneliti.....	115

DAFTAR TABEL

TABEL 3.1. Bobot Nilai Skala Likert untuk Instrument Penelitian.....	39
TABEL 3.2. Operasional Variabel.....	40
TABEL 4.1. Data Karakteristik Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
TABEL 4.2. Data Karakteristik Responden berdasarkan Usia.....	53
TABEL 4.3. Data Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan.....	54
TABEL 4.4. Data Karakteristik Responden berdasarkan Domisili Tempat Tinggal.....	55
TABEL 4.5. Data Karakteristik Responden berdasarkan Waktu Pembelian Tiket Pesawat.....	56
TABEL 4.6. Data Karakteristik Responden berdasarkan Tujuan Pembelian Tiket Pesawat.....	56
TABEL 4.7. Validitas Instrument per butir Produk (X1).....	60
TABEL 4.8. Validitas Instrument per butir Harga (X2).....	61
TABEL 4.9. Validitas Instrument perbutir Promosi (X3).....	61
TABEL 4.10. Validitas Instrument perbutir Tempat (X4).....	62
TABEL 4.11. Validitas Instrument perbutir Keputusan Pembelian (Y).....	62
TABEL 4.12. Hasil Uji Reliabilitas.....	63

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1. Statiska peningkatan penumpang di bandara soekarno-hatta, 2014-2018.....	2
GAMBAR 1.2. Statiska Peningkatan Penumpang di Bandara Halmi Perdana Kusuma, tahun 2014-2018.....	2
GAMBAR 4.1. Diagram Skala Likert Variabel Produk (X1).....	57
GAMBAR 4.2. Diagram Skala Likert Variabel Harga(X2).....	58
GAMBAR 4.3. Diagram Skala Likert Variabel Promosi (X3).....	58
GAMBAR 4.4. Diagram Skala Likert Variabel Tempat (X4).....	59
GAMBAR 4.5. Diagram Skala Likert Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	60

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	74
Lampiran 2. Skor Varibel Produk (X1).....	82
Lampiran 3. Skor Variabel Harga (X2).....	87
Lampiran 4. Skor Variabel Promosi (X3).....	92
Lampiran 5. Skor Variabel Tempat (X4).....	96
Lampiran 6. Skor Variabel Keputusan Pembelian (Y).....	99
Lampiran 7. Uji Validitas Produk (X1).....	102
Lampiran 8. Uji Validitas Harga (X2).....	103
Lampiran 9. Uji Validitas Promosi (X3).....	104
Lampiran 10. Uji Validitas Tempat (X4).....	105
Lampiran 11. Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	106
Lampiran 12. Uji Reliabilitas Variabel Produk (X1).....	107
Lampiran 13. Uji Reliabilitas Variabel Harga (X2).....	108
Lampiran 14. Uji Reliabilitas Variabel Promosi (X3).....	109
Lampiran 15. Uji Reliabilitas Variabel tempat (X4).....	110
Lampiran 16. Uji Reliabilitas Variabel keputusan pembelian (Y).....	111
Lampiran 17. Koefisien korelasi parsial X1 terhadap Y, X2 terhadap Y, X3 terhadap Y dan X4 terhadap Y.....	112
Lampiran 18. Koefisien Korelasi Simultan X1,X2,X3,X4 terhadap Y, Uji t dan Uji F.....	113
Lampiran 19. Surat Keterangan Riset.....	114