

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET PADA MAHASISWA DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

THEOWODA DEVICTOR CHAEZALDELIPH BOBOY

11190677

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

2024

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



DISUSUN OLEH:

THEOWODA DEVICTOR CHAEZALDELIPH BOBOY

11190677

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Theowoda Devictor Chaezaldeliph Boboy
NIM : 11190677
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET PADA MAHASISWA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 28 Juni 2024

Yang menyatakan



Theowoda Devictor Chaezaldeliph Boboy
NIM. 11190677

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Dengan Judul:

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET PADA MAHASISWA DI DAERAH
ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Telah diajukan dan dipertahankan oleh :

THEOWODA DEVICTOR CHAEZALDELIPH BOBOY

11190677

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta


Dan dinyatakan **DITERIMA** untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar
Sarjana Manajemen pada Tanggal 27 Juni 2024

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. **Jonathan Herdioko, S.E., M.M**
(Ketua Tim – Dosen Pembimbing)
2. **Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., Dipl.Secr., M.M**
(Dosen Penguji)
3. **Yohanes Michael Christanto, S.S., M.M**
(Dosen Penguji)





Yogyakarta, 28 Juni 2024

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi Manajemen






Dr. Perminas Pangeran, S.E., M.Si.

Dr. Elok Pakaryaningsih, M.Si

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

**“PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET PADA
MAHASISWA DI YOGYAKARTA”**

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 9 Juni 2024



Theowoda Devictor Chaezaldeliph Boboy

11190677

DUTA WACANA

HALAMAN MOTTO

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku”

-Filipi 4:13-

“ALL IN OR NOTHING”

-Jabami Yumeko-

“Bukan spesies yang paling kuat yang bisa bertahan, bukan pula yang paling cerdas, tapi mereka yang paling responsif terhadap perubahan.”

-Charles Darwin-

“Jika kamu menemukan seseorang yang membuatmu bahagia hari ini, jangan lupakan siapa yang peduli padamu kemarin”

-Mark Twain-

“Serahkanlah perbuatanmu kepada TUHAN, maka terlaksanalah segala rencanamu”

-Amsal 16 : 3-

DUTA WACANA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Penelitian ini penulis persembahkan dengan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan anugerah-Nya yang telah menyertai penulis sehingga diberikan kesempatan dalam menyelesaikan pendidikan Strata 1 serta memberikan kekuatan dan kemampuan dalam mengerjakan dan menyelesaikan skripsi penulis dengan baik.
2. Kedua orang tua tercinta, Alm. Pdt. Junus Boboy, S.STh dan Pdt. Apliana Boboy-Kalegotana, S.Si., M.H yang tiada hentinya memanjatkan doa, motivasi, semangat, cinta kasih, sayang, dan pengorbanan yang telah diberikan.
3. Kedua adik kandung penulis yaitu Zean Boboy dan Dave Boboy yang selalu memberikan semangat kepada penulis agar menyelesaikan penulisan skripsi.
4. Kepada om, tante dan keluarga lainnya yang selalu memberikan dukungan dan semangat dan doa kepada penulis.
5. Dosen pembimbing bapak Jonathan Herdioko, SE., MM yang sudah meluangkan waktu dan selalu sabar dalam membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Kepada bapak Edy Nugroho Widihantoro, M.Sc yang sudah membantu penulis dalam pengolahan data di dalam skripsi ini.
7. Kepada Irene Amelia yang selalu memberikan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.

8. Kepada Kezia Willis yang dapat diandalkan dalam membantu penulis menyelesaikan skripsi.
9. Kepada teman-teman penulis (Benny Tambajong, Jhonly Juma, Umbu Bintang, Mackenzie Lumy) yang selalu membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi.
10. Kepada Anggita Tjoa, Novi Putri, Amabel Odelia, Michelle Lestuny, Richard Louis, Febby Siska, Grace Tambi yang mendukung dan membantu dalam penyusunan skripsi penulis selama di perantauan.
11. Kepada sahabat penulis Para Orang Majus (Terence, Govinda, Patrick, Putra, Raka, Jhon, Gerald, Joshua, Juan, Yoga) yang memberikan dukungan dan bantuan dalam penyelesaian skripsi penulis.
12. Kepada Nawwa Kopi, Bjong Ngopi, Bento Kopi, atas tempat yang memberikan kenyamanan penulis dalam menyelesaikan skripsi.
13. *Last but not least, I wanna thank me, I wanna thank me for believing in me, I wanna thank me for doing all there hard work, I wanna thank me for having no days off, I wanna thank me for never quitting, I wanna thank me for always being a giver and trying to give more than I receive. I wanna thank me for trying to do more right than wrong, I wanna thank me for just being me all the time.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET PADA MAHASISWA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Dalam proses penyelesaian skripsi ini, tidak sedikit hambatan dan rintangan yang dialami oleh penulis karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik maupun saran yang dapat membangun guna memperbaiki mutu dan kualitas skripsi untuk masa yang akan datang. Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyelesaian skripsi ini. Sangatlah sulit untuk menyelesaikan skripsi ini, sehingga penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Jonathan Herdioko, SE., MM selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tempat, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
2. Orang tua dan keluarga saya yang selalu memberikan dukungan material dan moral.
3. Sahabat yang selalu membantu dan menemani semasa perkuliahan di Yogyakarta.
4. Responden yang telah bersedia membantu untuk mengisi data dalam keberlangsungan penelitian.
5. Seluruh pihak yang sudah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini hingga selesai.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGANTAR	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK.....	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	4
1.5. Batasan Penelitian.....	5
BAB II	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Pengertian Judul.....	7
2.1.1 Persepsi Harga.....	7
2.1.2 Promosi	8
2.1.3 Kualitas Layanan.....	12
2.1.4 Keputusan Pembelian	15
2.2 Penelitian Terdahulu	16
2.3 Model Penelitian	21
2.4 Pengembangan Hipotesis.....	22
2.4.1 Pengaruh Antara Persepsi Harga dengan Keputusan Pembelian	22
2.4.2 Pengaruh Antara Promosi dengan Keputusan Pembelian	23
2.4.3 Pengaruh Antara Kualitas Layanan dengan Keputusan Pembelian	24
BAB III.....	25
METODE PENELITIAN	25

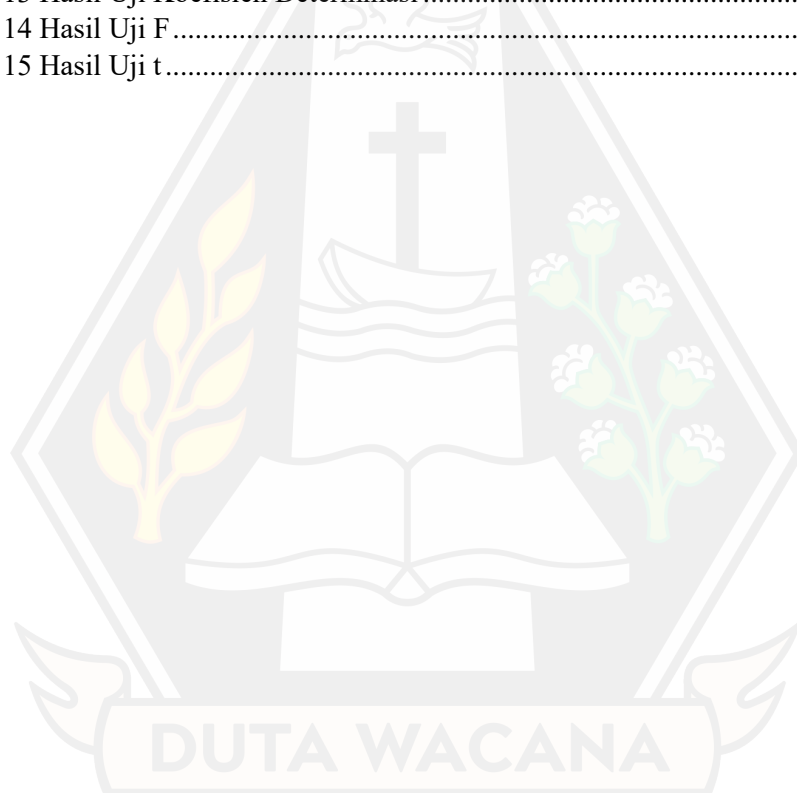
3.1	Data dan Sumber	25
3.1.1	Sumber Data	25
3.1.2	Pengumpulan Data.....	25
3.1.3	Populasi dan Sampel	26
3.2	Definisi Variabel dan Pengukurannya.....	27
3.2.1	Skala Pengukuran Data.....	34
3.3	Metode Analisis Data	35
3.3.1	Uji Validitas.....	35
3.3.2	Uji Reliabilitas.....	36
3.4	Uji Statistik	37
3.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	37
3.5	Uji Hipotesis	38
3.5.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2)	38
3.5.2	Uji F	38
3.5.3	Uji Parsial (Uji t).....	39
BAB IV	40
4.1	Sampel Penelitian.....	40
4.2	Uji Intrumen	40
4.2.1	Uji Validitas.....	40
4.2.2	Uji Reliabilitas.....	42
4.3	Perhitungan Profil Responden	44
4.3.1	Kesimpulan Perhitungan Profil Responden.....	48
4.4	Alat Analisis	49
4.4.1	Analisis Regresi Linier Berganda.....	49
4.4.2	Koefisien Determinasi (R^2)	51
4.4.3	Uji F	51
4.4.4	Uji t.....	52
4.5	Pembahasan.....	54
4.5.1	Pengaruh Variabel Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Super Air Jet.....	54
4.5.2	Pengaruh Variabel Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Super Air Jet	55
4.5.3	Pengaruh Variabel Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Super Air Jet.....	57
BAB V	58
5.1	Kesimpulan.....	58
5.1.1	Profil Konsumen	58

5.1.2	Analisis Hasil Uji	59
5.2	Keterbatasan Penelitian	60
5.3	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA		63
LAMPIRAN		66



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	28
Tabel 4. 1 Uji Validitas.....	40
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Harga	42
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Promosi.....	43
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Layanan	43
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian	44
Tabel 4. 6 Profil Responden Berdasarkan Gender	45
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah	45
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	46
Tabel 4. 9 Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	46
Tabel 4. 10 Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran per Bulan.....	47
Tabel 4. 11 Profil Responden Berdasarkan Skala Perjalanan Dalam 6 Bulan Terakhir.....	47
Tabel 4. 12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	49
Tabel 4. 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	51
Tabel 4. 14 Hasil Uji F	51
Tabel 4. 15 Hasil Uji t.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	66
Lampiran 2 Data Responden.....	70
Lampiran 3 Data Primer.....	78
Lampiran 4 Uji Validitas Dan Reliabilitas	80
Lampiran 5 Uji Linear Berganda	85
Lampiran 6 Tabel	87
Lampiran 7 Lembar Persetujuan.....	88
Lampiran 8 Kartu Konsultasi.....	89
Lampiran 9 Halaman Revisi Ujian Pendadaran.....	90
Lampiran 10 Revisi Judul	91



**PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI SUPER AIR
JET PADA MAHASISWA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Theowoda Devictor Chaezaldeliph Boboy

11190677

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Theowoda.bodoy@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Pembelian tiket Maskapai Super Air Jet pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sumber data penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan menggunakan pengumpulan data berupa kuesioner. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa yang pernah membeli tiket Maskapai Super Air Jet yang menempuh pendidikan di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sampel penelitian ini berjumlah 102 responden dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis penelitian ini menggunakan analisis deskriptif dan analisis linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Layanan secara simultan berpengaruh positif terhadap Keputusan Pembelian tiket Maskapai Super Air Jet di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan secara parsial, variabel Persepsi Harga dan Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian tiket Maskapai Super Air Jet di Daerah Istimewa Yogyakarta. Sedangkan variabel Promosi bernilai positif dan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata kunci: Persepsi Harga, Promosi, Kualitas Layanan dan Keputusan Pembelian

***THE INFLUENCE OF PRICE PERCEPTION, PROMOTION, AND SERVICE
QUALITY ON THE DECISION TO PURCHASE SUPER AIR JET AIRLINE
TICKETS AMONG STUDENTS IN THE SPECIAL REGION OF
YOGYAKARTA***

Theowoda Devictor Chaezaldeliph Boboy

11190677

Management Department, Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Theowoda.bodoy@students.ukdw.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Price Perception, Promotion, and Service Quality on the Purchase Decision of Super Air Jet airline tickets among university students in the Special Region of Yogyakarta. The data sources for this research include primary and secondary data, collected through questionnaires. The study population consists of university students who have purchased Super Air Jet airline tickets and are currently studying in the Special Region of Yogyakarta. The sample size is 102 respondents, selected using purposive sampling technique. The analytical methods employed in this study are descriptive analysis and multiple linear regression analysis. The results indicate that Price Perception, Promotion, and Service Quality simultaneously have a positive effect on the Purchase Decision of Super Air Jet airline tickets in the Special Region of Yogyakarta. On a partial basis, Price Perception and Service Quality variables have a positive and significant effect on the Purchase Decision of Super Air Jet airline tickets in the Special Region of Yogyakarta. Meanwhile, the Promotion variable has a positive value but does not have a significant effect on the Purchase Decision.

Keywords: Price Perception, Promotion, Service Quality, and Purchase Decision

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Transformasi teknologi yang semakin berkembang kala ini menciptakan banyak persaingan antara perusahaan yang menawarkan jasa pelayanan kepada masyarakat. Salah satu perkembangan teknologi yaitu pada bidang transportasi udara. Transportasi udara merupakan pilihan yang digunakan masyarakat untuk melakukan perjalanan jarak jauh seperti antar pulau dan antar negara karena jangka waktu yang ditempuh lebih efisien daripada jenis transportasi umum lainnya.

Industri penerbangan menggambarkan perkembangan sektor ekonomi yang cepat berevolusi di dunia. Persaingan yang kian besar membuat maskapai penerbangan seperti Super Air Jet harus menghadapi tantangan besar untuk mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar mereka. Maskapai Super Air Jet didirikan pada 1 Maret 2021 yang dinaungi oleh Perusahaan PT Kabin Kita Top. Maskapai ini merupakan salah satu maskapai penerbangan domestik yang berdiri sejak Indonesia serta negara lainnya berada pada era pandemi Covid-19.

Maskapai Super Air Jet (SAJ) merupakan maskapai yang memiliki harga terjangkau atau disebut *Low Cost Carrier (LCC)* yang artinya target pangsa pasar maskapai ini adalah para pelanggan milenial di Indonesia. Target pangsa pasar seperti ini, membuat keputusan pembelian tiket maskapai menjadi faktor kunci yang menentukan keberhasilan dan kelangsungan bisnis maskapai. Keputusan pembelian tiket tidak hanya dipengaruhi oleh faktor-faktor praktis seperti jadwal

penerbangan, tetapi juga oleh faktor-faktor seperti persepsi harga, promosi dan juga kualitas layanan.

Salah satu faktor yang telah menjadi pusat perhatian dalam bidang pemasaran yakni mengenai persepsi harga tiket. Kotler dan Keller (2016), menjabarkan bahwa persepsi harga itu merupakan cara pelanggan melihat harga suatu produk atau layanan dan hal ini dapat berdampak signifikan pada keputusan pembelian. Menurut pandangan Malik dan Yaqoob (2012:487) dalam (Hendratono & Santosa, 2017) yaitu persepsi harga merupakan proses dikala pembeli menentukan nilai harga dan fitur barang atau layanan yang mereka inginkan. Jika konsumen merasa bahwa harga tiket maskapai terlalu tinggi, mereka mungkin akan mencari alternatif lain atau bahkan menunda atau membatalkan perjalanan mereka. Sebaliknya, harga yang dianggap wajar atau bahkan murah dapat mendorong konsumen untuk membeli tiket dan melanjutkan perjalanan mereka.

Faktor lain yang mempengaruhi persepsi harga konsumen dalam membuat Keputusan pembelian adalah promosi. Menurut Schultz dan Barnes (2000), "Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran dan minat calon penumpang terhadap maskapai. Diskon dan penawaran khusus dapat mendorong keputusan pembelian tiket." Selain itu, promosi menurut Hermawan Kartajaya (2012:38) dalam Rafisyah & Dyahjatmayanti, (2023), aspek prioritas dari aktivitas pemasaran yang menyebarluaskan informasi terhadap konsumen yang mana perusahaan telah mengeluarkan suatu produksi baru yang menarik. Sehingga dengan kata lain, promosi merupakan kegiatan yang menawarkan produk atau penawaran khusus dari maskapai Super Air Jet yang membuat calon penumpang tertarik dalam membeli dan menggunakan jasa maskapai ini.

Kualitas layanan menjadi salah satu indikator berikutnya yang berperan penting dalam pengambilan keputusan pembelian. Pendapat Sangadji dan Sopiah (2013) dalam (Sari et al., 2019) menunjukkan bahwa kepuasan konsumen berasal dari pelayanan perusahaan yang baik, di mana gilirannya dapat menghasilkan lebih banyak pelanggan yang setia. Kualitas layanan menjadi tolak ukur penilaian konsumen untuk memenuhi setiap kebutuhan yang diperlukan. Maskapai dengan citra kualitas layanan yang kuat dan terpercaya cenderung lebih diminati oleh konsumen dan memiliki peluang lebih baik untuk mempertahankan dan menarik pelanggan.

Dalam konteks ini, akan diselidiki dampak persepsi harga, promosi, kualitas layanan terhadap keputusan pembelian tiket maskapai Super Air Jet. Pemahaman yang terperinci mengenai faktor ini dan hubungannya dengan keputusan pembelian akan membantu maskapai ini dalam menyusun siasat pemasaran yang lebih efektif serta efisien dalam memberikan pengalaman yang lebih baik kepada pelanggan. Upaya penelitian ini akan merujuk pada kutipan para ahli yang relevan untuk mendukung analisis variabel-variabel tersebut.

Penulis ingin mengetahui bagaimana keputusan pembelian tiket penerbangan terhadap maskapai Super Air Jet di Daerah Istimewa Yogyakarta yang dipengaruhi Persepsi Harga, Promosi dan Kualitas Layanan yang telah didasari oleh motif kerangka yang telah dijabarkan di atas. Dengan mempertimbangkan uraian tersebut, penulis akan melakukan penelitian dengan judul : **“PENGARUH PERSEPSI HARGA, PROMOSI, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET MASKAPAI SUPER AIR JET PADA MAHASISWA DI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**

1.2. Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah penelitian antara lain:

1. Apakah Persepsi Harga berdampak akan Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Super Air Jet di Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Apakah Promosi berdampak akan Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Super Air Jet di Daerah Istimewa Yogyakarta?
3. Apakah Kualitas Layanan berdampak akan Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Super Air Jet di Daerah Istimewa Yogyakarta?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin diketahui menurut rumusan masalah yang telah dijelaskan yaitu:

- a. Untuk Mengidentifikasi Dampak Persepsi Harga akan Keputusan Pembelian
- b. Untuk Mengidentifikasi Dampak Promosi akan Keputusan Pembelian
- c. Untuk Mengidentifikasi Dampak Kualitas Layanan akan Keputusan Pembelian

1.4. Manfaat Penelitian

Penulis mengharapkan adanya manfaat yang dapat diberikan kepada :

- a. Bagi Perusahaan Maskapai Super Air Jet

Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat membantu serta berguna kepada Perusahaan Maskapai Super Air Jet agar lebih mengetahui faktor-faktor seperti persepsi harga, promosi dan juga kualitas layanan dapat

menentukan Keputusan pembelian konsumen. Selain daripada itu, diharapkan juga menjadi informasi yang dapat memberikan dampak positif Perusahaan dalam menjual produk dan jasa mereka.

b. Bagi Peneliti

Penelitian ini menjadikan ilmu yang di dapat selama perkuliahaan bisa diaplikasikan dalam bentuk tulisan serta memberikan pengalaman bagi penulis dalam memperoleh informasi tentang persepsi harga, promosi, dan kualitas layanan akan Keputusan pembelian terhadap pembelian maskapai Super Air Jet.

c. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menjadikan rujukan untuk melakukan penelitian selanjutnya dengan harapan hasil yang didapatkan menjadi patokan bagi rekan peneliti lainnya yangmana akan mengambil bahan variabel yang sama untuk topik mereka.

1.5. Batasan Penelitian

Untuk mempersempit cakupan masalah yang diteliti oleh penulis, maka batasan dalam penelitian ini yaitu:

- a. Responden Penelitian ini ialah mahasiswa dan mahasiswi pengguna jasa maskapai Super Air Jet dalam 6 bulan terakhir, Agustus 2023 sampai Mei 2024, yang sedang menempuh pendidikan di Daerah Istimewa Yogyakarta.
- b. Jumlah Responden : 102 responden
- c. Waktu Penelitian : Agustus 2023 – Mei 2024

d. Media promosi yang diteliti adalah yang berbasis media sosial seperti Tiktok, Instagram, X dan Website dari Maskapai Super Air Jet

e. Variabel yang diteliti :

1. Variabel terikat, yaitu Keputusan Pembelian (Y)
2. Variabel bebas, yaitu Persepsi Harga (X_1), Promosi (X_2), Kualitas Layanan (X_3).



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berasaskan hasil yangmana sudah dilakukan tentang pengaruh persepsi harga, promosi dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian tiket Maskapai Super Air Jet pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta beserta berbagai uji sampel terhadap 102 responden. Responden dalam penelitian ini yaitu mahasiswa yang menjadi *customer* dalam membeli dan menggunakan Maskapai Super Air Jet di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dari 102 responden yangmana telah berpartisipasi dan memberikan kontribusi untuk mengisi kuesioner tersebut, dapat disimpulkan bahwa:

5.1.1 Profil Konsumen

Berdasarkan analisis deskriptif dan juga hasil yang diperoleh dari 102 responden yang diteliti, *customer* dari Maskapai Super Air Jet didominasi oleh *customer* berjenis kelamin perempuan dengan persentase 63,7%, yang berasal dari Indonesia Bagian Barat dengan persentase 41,2%, Dari data tersebut diketahui bahwa penumpang Maskapai Super Air Jet yang menempuh pendidikan di Daerah Istimewa Yogyakarta ini lebih dominan berasal dari Indonesia Bagian Barat, dengan rentang usia 21-23 tahun dengan besar persentase 65,7% dan memiliki tingkat pendidikan yang didominasi oleh Sarjana (S1) dengan persentase 95,1%. Mempunyai pengeluaran per bulan sebesar < Rp 1.000.000 - Rp 2.000.000 dengan

persentase 62,7% serta skala penerbangan dalam enam bulan terakhir sebesar 1 kali dengan persentasenya 61,8%.

5.1.2 Analisis Hasil Uji

1. Berdasarkan pengujian analisis linier berganda, disimpulkan bahwa variabel X_1 , X_2 , X_3 mempunyai pengaruh simultan serta signifikan kepada variabel (Y) tiket Maskapai Super Air Jet pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Berdasarkan hasil uji F variabel X_1 , X_2 , X_3 memiliki dampak simultan serta signifikan pada variabel (Y) tiket Maskapai Super Air Jet pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Persepsi Harga (X_1) berdampak positif akan keputusan Pembelian (Y) tiket Maskapai Super Air Jet pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga H_1 : terbukti
4. Promosi (X_2) hasil nilainya positif tapi tidak berdampak secara signifikan akan keputusan Pembelian (Y) tiket Maskapai Super Air Jet pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga H_2 : tidak terbukti
5. Kualitas Layanan (X_3) berdampak positif akan keputusan Pembelian (Y) tiket Maskapai Super Air Jet pada mahasiswa di Daerah Istimewa Yogyakarta, sehingga H_3 : terbukti

5.2 Keterbatasan Penelitian

- a. Lokasi penelitian responden yang menempuh pendidikan di Daerah Istimewa Yogyakarta dan pernah menggunakan Maskapai Super Air Jet.
- b. Jumlah variabel penelitian yang terbatas dalam meneliti yaitu persepsi harga, promosi, kualitas layanan dan keputusan pembelian. Sedangkan terdapat variabel lainnya yang juga dapat mempengaruhi keputusan pembelian seperti citra merek, media sosial *branding*, dan lainnya.

5.3 Saran

Berasaskan hasil data analisis yang diperoleh serta simpulan yang ada, maka didapatkan saran yang disampaikan pada penelitian berikutnya yaitu:

- a. Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan penelitian ini, terdapat beberapa saran yang hendak diberikan kepada perusahaan yaitu:

- Persepsi harga berdampak signifikan terhadap keputusan pembelian sehingga diperlukan pertimbangan dalam melakukan penetapan harga sesuai yang ditawarkan kepada konsumen dan sebanding akan kualitas yang dibutuhkan konsumen agar skala kepuasan meningkat dan akan menjadi maskapai yang banyak digunakan. Selain itu, perusahaan juga bisa lebih melihat daerah asal mahasiswa agar penyesuaian harga tiket bisa dijangkau dari setiap daerah.

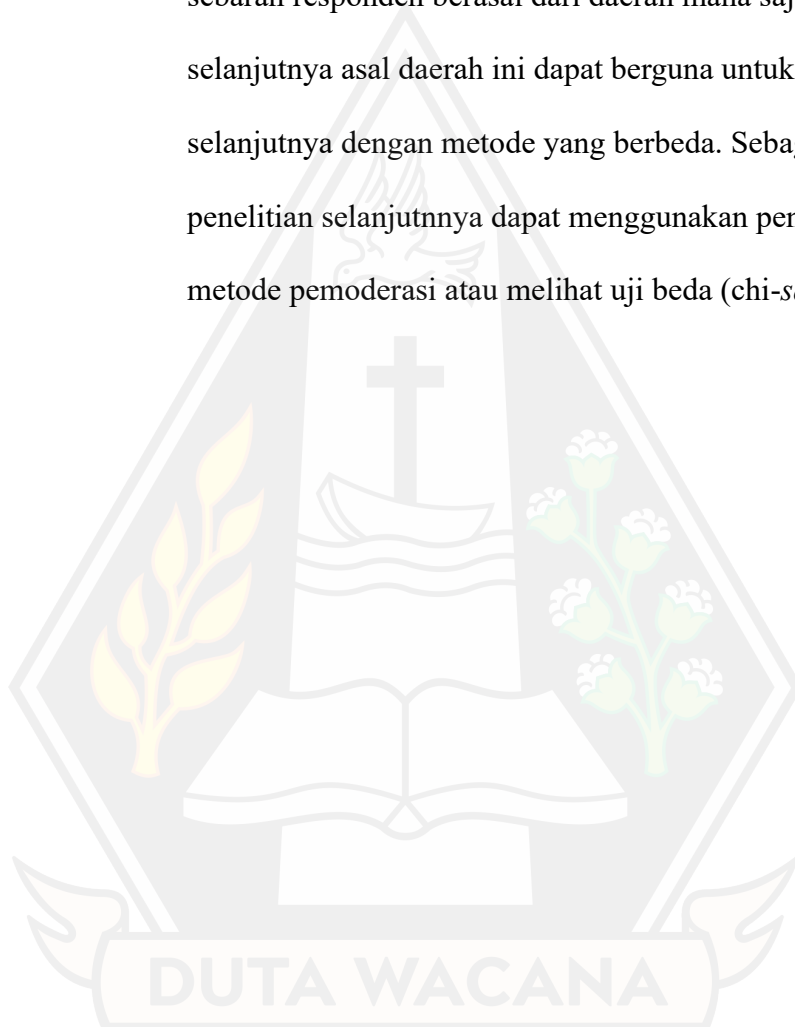
- Promosi tidak berdampak secara signifikan akan keputusan pembelian, sehingga perusahaan hendak memikirkan dan menangani aspek promosi ini. Karena dengan adanya promosi yang baik, pesan yang diharapkan dapat tersampaikan kepada konsumen agar memutuskan untuk membeli dan menggunakan maskapai perusahaan dan menjadi sebuah peningkatan dalam penjualan produk. Selain itu, perusahaan juga disarankan agar lebih memanfaatkan berbagai macam media promosi diantaranya *marketplace*, media sosial, *email marketing* dan sebagainya.
- Kualitas Layanan berdampak signifikan akan keputusan pembelian produk Maskapai Super Air Jet di Yogyakarta, sehingga perusahaan berusaha memberikan kenyamanan dan keamanan serta kerapian dan dijaga secara berkelanjutan agar keputusan pembelian semakin tinggi. Selain itu, perusahaan juga lebih memperhatikan layanan *customer service*, lalu layanan pembelian tiket di *e-commerce* agar konsumen bisa merasakan kepuasan dalam pelayanan yang diberikan.

b. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Terdapat beberapa saran yang sekiranya bisa membantu peneliti selanjutnya guna melengkapi ini:

- Peneliti harus menambah variabel bebas lainnya yang memengaruhi keputusan pembelian. Seperti citra merek, media sosial *branding*, dan lainnya.

- Disarankan juga bagi peneliti selanjutnya agar menambahkan poin pertanyaan yang ada dan lebih detail lagi pada kuesioner penelitian. Sehingga penelitian berikutnya lebih rinci dan tepat.
- Asal daerah dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui sebaran responden berasal dari daerah mana saja dan selanjutnya asal daerah ini dapat berguna untuk penelitian selanjutnya dengan metode yang berbeda. Sebagai contoh, penelitian selanjutnya dapat menggunakan pengujian dengan metode pemoderasi atau melihat uji beda (*chi-square*).



DAFTAR PUSTAKA

- Adabi, N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Di Witel Telkom Depok. *Jurnal Manajemen*, 12(1), 32–39. [Http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen](http://Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen)
- Amilia, S., & Nst, M. A. O. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. 6(1), 660–669. [Https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213](https://ejournalunsam.id/index.php/jmk/article/view/213)
- Carsana, Y., & Kevin, D. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di Pt.Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Jurnalmanajerialdan Bisnis Tanjungpinang*, 3(1), 1–13.
- Darmansyah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Manajemen Unsurya*, 1(1), 15–30. [Https://Jom.Unsurya.Ac.Id/Index.Php/Jimen/Article/View/17](https://Jom.Unsurya.Ac.Id/Index.Php/Jimen/Article/View/17)
- Dimas Azhari, R., & Frisky Fachry, M. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Batik Karawang Di Ramayana Mall, Karawang. *Al Ilmiah Manajemen Ubhara*, 2(1), 37–44.
- Ferdyanto, S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Perusahaan Ritel Di Jakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 5, 279–284.
- Ghozali. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit UNDIP.
- Handayani, V., & Rahayu, Y. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Luxio (Studi Kasus Pada Tunas Daihatsu Ahmad Yani Bandung). *Jurnal Sain Manajemen*, 3(2), 57–68. [Http://Ejurnal.Ars.Ac.Id/Index.Php/Jsm/Index](http://Ejurnal.Ars.Ac.Id/Index.Php/Jsm/Index)
- Hendratono, T., & Santosa, A. D. (2017). *The Effect Of Perception Of Price And Quality Of Service On Purchase Decision On Travel Agent Online Agent In Jakarta*. *Journal Hospitality Dan Pariwisata*, 3(2), 294–374. [Http://Journal.Ubm.Ac.Id/](http://Journal.Ubm.Ac.Id/)
- Kambali, I., & Syarifah, A. (2020). Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Di Billionaire Store Bandung). *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 10(1), 1–8. [Https://Ejurnal.Ulbi.Ac.Id/Index.Php/Promark/Article/Download/731/549](https://Ejurnal.Ulbi.Ac.Id/Index.Php/Promark/Article/Download/731/549)
- Khaira, N., Saputra, F., & Syarief, F. (2022). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Kafe Sudut Halaman. *Jaman (Jurnal Akuntansi Dan Managemen Bisnis)*, 2(3), 24–30.
- Kumbara Vicky Brama. (2021). Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse. *Jimt (Jurnal Ilmu Manajemen Terapan)*, 2(5), 604–630. [Https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5](https://doi.org/https://doi.org/10.31933/jimt.v2i5)

- Mal, L. H., & Mertayasa, I. G. A. (2018). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka.Com Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomika Dan Humaniora Universitas Dhyana Pura Bali. *Jurnal Ekonomi Dan Pariwisata*, 13(1), 63–73. <https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/Pariwisata/Article/View/343>
- Mardiana, D., & Sijabat, R. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian. *Widya Cipta: Jurnal Sekretari Dan Manajemen*, 6(1), 9–13. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Mardiasih, T. S. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Pasar. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 2(1). <https://doi.org/10.51804/iej.v2i1.546>
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart di Kota Medan. *Puskibii (Pusat Kewirausahaan, Inovasi, Dan Inkubator Bisnis Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*, 1(1), 165–173.
- Nuridah, S., Merliyana, Sagitarius, E., & Surachman, S. N. (2023). Pengaruh Good Corporate Governance Terhadap Profitabilitas Merliyana STIE Indonesia Jakarta. *EBISMEN: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 1–10. <https://journal.unimar-amni.ac.id/index.php/EBISMEN/article/view/773/656>
- Pertiwi, M. T., & Nieamah, K. F. (2023). The Influence of Super Air Jet Check-In Counter Service Quality on Passenger Satisfaction at Sultan Thaha Airport Jambi. *Qistina : Jurnal Multidisiplin Indonesia*, 2(1), 417–427.
- Rafisyah, M. A., & Dyahjatmayanti, D. (2023). Pengaruh Persepsi Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Penumpang Di Maskapai Batik Air Pada Bandar Udara Ahmad Yani Semarang. *Jurnal Mahasiswa Kreatif*, 1, 9–22.
- Rahmadanni, M., Nuringwahyu, S., & Hardati, R. N. (2021). Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Di Situs Traveloka.Com. *JIAGABI*, 10(1), 102–109.
- Rifa'I Bayu, Mitariani Ni Wayan Eka, & Imbayani I Gusti Ayu. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Perdana Internet Di Gallery Smartfren Denpasar. *Values*, 1, 1–12.
- Riki, Kremer, H., Suratman, Ciptoputra, V. A. A., & Hazriyanto. (2023). Efektivitas Penggunaan Media Sosial Dalam Peranan Sebagai Sarana Komunikasi Dan Promosi Produk. *Jurnal Cafeteria*, 4(1), 98–105.
- Rivai, J., & Zulfitri. (2021). The Role of Purchasing Decisions Mediating Product Quality, Price Perception, and Brand Image on Customer Satisfaction of Kopi Janji Jiwa. *Journal of Business and Management Studies*, 3(2), 31–42. <https://doi.org/10.32996/jbms.2021.3.2.4>
- Roellyanti, M. V. (2019). Citra Perusahaan, Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Maskapai Lion Air. *Jurnal Manajemen Dirgantara*, 12, 43–50.

- Safitri, A. N. (2021). Pengaruh brand image, persepsi harga dan kualitas layanan terhadap minat beli ulang pada Lazada. *Entrepreneurship Bisnis Manajemen Akuntansi (E-BISMA)*, 1–9. <https://doi.org/10.37631/e-bisma.v1i1.212>
- Sari, N., Nanda Priyatama, A., & Arya Satwika, P. (2019). Analitika Jurnal Magister Psikologi UMA Loyalitas Pelanggan Maskapai Penerbangan Ditinjau dari Kualitas Layanan dan Emotional Branding Airlines Customer Loyalty Reviewed from Service Quality and Emotional Branding. *Jurnal Magister Psikologi UMA*, 11(2), 2502–4590.
- Sisnuhadi, S., & Sirait, S. K. (2021). Pengaruh promosi media sosial, celebrity endorser, dan perceived quality terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 16(1), 45–56.
- Soemadi, R. A. (2023). Pengaruh Pemasaran Digital dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Fried Chicken Home Delivery. *Kinerja: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 20(2), 189–197. <https://journal.feb.unmul.ac.id/index.php/KINERJA/article/download/13182/2625>
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, CV.
- Sujarweni, W. (2018). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi : Pendekatan kuantitatif*. Pustaka Baru Press.
- Supriadi, Sani, A., & Setiawan, I. P. (2020). Integrasi Nilai Karakter dalam Pembelajaran Keterampilan Menulis Siswa. *YUME : Journal of Management*, 3(3), 84–93. <https://doi.org/10.2568/yum.v3i3.778>
- Suryajaya, I., Krismi, D., & Sienatra, B. (2020). Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Ditinjau Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wear It. *PERFORMA : Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 5, 1–9.
- Syahputra, D., Alwie, A. F., & Garnasih, R. L. (2019). Analisis Kualitas Layanan dan Citra Merek terhadap Pembelian Berulang dengan Harga sebagai Variabel Moderasi pada Maskapai Penerbangan Rute Pekanbaru Jakarta. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 14(2), 14–30. <https://journal.uir.ac.id/index.php/kiat>
- Violin, V., Mahfudnurnajamuddin, Hasan, S., & Sufri, M. (2021). Pengaruh Konsep Low-Cost Carrier dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Maskapai Lion Airlines di Indonesia. *Journal of Management Science (JMS)*, 2(1), 150–160.