

ABSTRAK

Permasalahan yang ada pada NK Tours & Travel adalah menurunnya keputusan pembelian tiket pesawat. Hal ini mengharuskan NK Tours & Travel meningkatkan produk, harga, dan promosi agar perusahaan dapat meningkatkan keputusan pembelian konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui produk yang ada pada NK Tours & Travel, harga yang bersaing, dan strategi promosi yang sesuai dengan harapan konsumen. Analisis yang digunakan dalam memecahkan masalah pada penelitian ini adalah dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, koefisien korelasi, dan analisis regresi linier berganda. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan NK Tours & Travel yang membeli tiket pesawat pada periode bulan November 2019. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel secara acak tanpa melihat tingkatan dalam populasi. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 69 responden. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa pengaruh variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3), terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 30,1%. Hal ini dapat disimpulkan bahwa produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat. Hasil uji hipotesis diketahui bahwa produk, harga, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat, hal ini dibuktikan dari nilai F hitung (10,756) > F tabel (3,138). Perusahaan perlu menambah produk seperti melakukan bantuan pengambilan seat, bantuan web check in atau informasi bagasi kepada calon penumpang. Dan juga menambah promosi penjualan dengan cara mengikuti pameran-pameran yang diadakan oleh Airlines agar NK Tours & Travel semakin dikenal banyak orang.

Kata Kunci : Produk, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

The problem with NK Tours & Travel is the decreasing purchase of airplane tickets. This requires NK Tours & Travel to increase products, prices and promotions so companies can improve customer purchasing decisions. The aim purpose of this research is to find out the products that exist in NK Tours & Travel, competitive prices, and promotional strategies in according with customer expectations. The analysis used in solving the problems in this study is to use a validity test, reliability test, correlation coefficient, and multiple linear regression analysis. The population in this study were all NK Tours & Travel customers who bought airplane tickets on the November 2019. Sampling in this study used method simple random sampling technique that is random sampling without looking at levels in the population. The sample used in this study were 69 respondents. The result of this research are influences 30% of customer decision of variables product (X1), price (X2), and promotion (X3). From those statements are concluded that the product, price, and promotion have a significant effect on airplane ticket purchase decisions. The result of hypothesis of this research are known that the product, price, and promotion have a significant effect of airplane ticket purchase decisions. It is proved by the calculated F value (10.756) > F table (3,138). Companies need to add products such as assistance in taking seats, web check-in assistance or baggage information to prospective passengers. And also increase sales promotions by attending exhibitions held by Airlines so that NK Tours & Travel is increasingly known to many people.

Keywords: Product, Price, Promotion, Purchase Decision