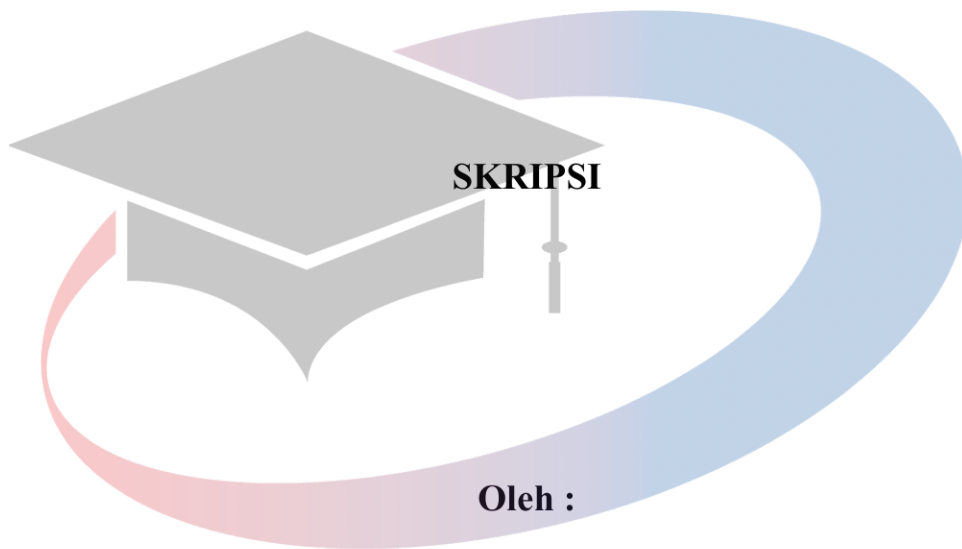


**PENGARUH STRATEGI HARGA, KUALITAS PELAYANAN,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TIKET MASKAPAI PENERBANGAN AIRASIA (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA STMIK-STIE
MIKROSKIL PENGGUNA MASKAPAI
PENERBANGAN AIRASIA)**



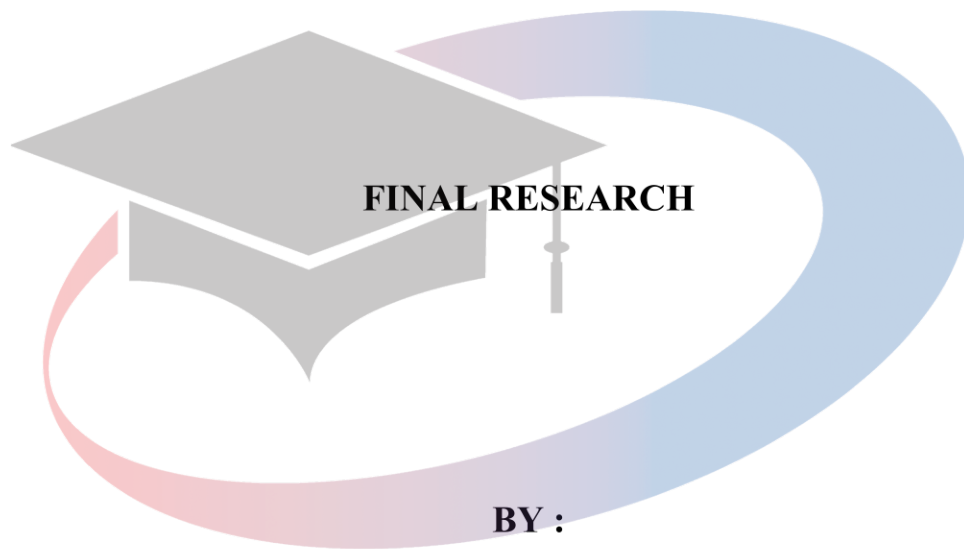
LITA SARI
NIM : 17.711.0374

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2021**

**THE EFFECT OF PRICE STRATEGY, SERVICE QUALITY,
AND PROMOTION FOR AIRASIA AIRLINE TICKET
PURCHASE DECISIONS (CASE STUDY ON STMIK
– STIE MIKROSKIL STUDENTS USING
AIRASIA FLIGHTS)**



**UNIVERSITAS
LITA SARI
NIM : 17.711.0374
MIKROSKIL**



**STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI
MIKROSKIL
MEDAN
2021**

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH STRATEGI HARGA, KUALITAS PELAYANAN,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
TIKET MASKAPAI PENERBANGAN AIRASIA (STUDI
KASUS PADA MAHASISWA STMIK-STIE
MIKROSKIL PENGGUNA MASKAPAI
PENERBANGAN AIRASIA)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen

Oleh :

LITA SARI
NIM : 17.711.0374

Disetujui oleh :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,

Hanny Siagian, S.E., M.Si.

William, S.Kom., M.M.

Medan, 06 Agustus 2021

Diketahui dan Disahkan Oleh :

Ketua Program Studi

Manajemen,

Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si.

LEMBARAN PERNYATAAN

Saya yang membuat pernyataan ini adalah mahasiswa Program Studi S-1 Manajemen STIE Mikroskil Medan dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Lita Sari

NIM : 177110374

Permintaan : Manajemen Pemasaran

Saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas Akhir dengan Judul dan tempat penelitian sebagai berikut :

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Strategi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan AirAsia (Studi Kasus Pada Mahasiswa STMIK-STIE Mikroskil Pengguna Maskapai Penerbangan AirAsia)

Tempat Penelitian : STMIK – STIE Mikroskil Medan

Alamat Tempat Penelitian : Jalan Thamrin No.124

No. Telp Tempat Penelitian : 061-4573767

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, dengan ini saya menyatakan sebenarnya bahwa **Penelitian dan Penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil karya saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya) dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar.** Bila kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan oleh STIE Mikroskil Medan, yakni **Pencabutan ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.**

Selain itu, demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada STIE Mikroskil Medan Hak Bebas Royalti Non – eksklusif (*Non – exclusive Royalty Free Right*) atas Tugas Akhir saya beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak ini, STIE Mikroskil Medan berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya, secara keseluruhan atau hanya sebagian atau hanya ringkasannya saja dalam bentuk format tercetak dan/atau elektronik, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik hak cipta. Menyatakan juga bahwa saya akan mempertahankan hak eksklusif saya untuk menggunakan seluruh atau sebagian Tugas Akhir saya guna pengembangan karya di masa depan, misalnya dalam bentuk artikel, dan buku.

Demikian pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh – sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun,

Medan, 23 Juli 2021

Saya yang membuat pernyataan,



Lita Sari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh strategi harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket maskapai penerbangan AirAsia. Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa STMIK-STIE Mikroskil sebanyak 3.783 orang. Teknik sampel yang digunakan adalah metode *non-probability* yaitu *voluntary sampling* (sampling sukarela). Dalam penentuan jumlah sampel menggunakan rumus *Slovin* dengan persentase kesalahan sebesar 10% dan diperoleh sebanyak 98 orang mahasiswa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial strategi harga pada perusahaan AirAsia tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, kualitas pelayanan pada perusahaan AirAsia berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen, dan promosi pada perusahaan AirAsia berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Secara simultan, strategi harga, kualitas pelayanan, dan promosi pada perusahaan AirAsia berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen. Keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh strategi harga, kualitas pelayanan, dan promosi sebesar 84%, sedangkan sisanya sebesar 16% dijelaskan oleh pengaruh faktor lain yang tidak terdapat didalam penelitian ini.

Kata Kunci : Strategi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, Keputusan Pembelian.

UNIVERSITAS MIKROSKIL

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price strategy, service quality, and promotion on AirAsia airline ticket purchasing decisions. This type of research is a type of qualitative descriptive research. The population in this study were 3,783 students of STMIK-STIE Mikroskil. The sampling technique used is a non-probability method, namely voluntary sampling. In determining the number of samples using the Slovin formula with an error percentage of 10% and obtained as many as 98 students. The results showed that partially the price strategy at the AirAsia company had no effect on consumer purchasing decisions, the service quality at the AirAsia company influenced consumer purchasing decisions, and promotions at the AirAsia company influenced consumer purchasing decisions. Simultaneously, the price strategy, service quality, and promotion at the AirAsia company affect consumer purchasing decisions. Consumer purchasing decisions are influenced by price strategies, service quality, and promotion by 84%, while the remaining 16% is explained by the influence of other factors not included in this study.

Keywords : *Price Strategy, Service Quality, Promotion, buying decision.*



UNIVERSITAS MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, karena berkat rahmat dan kasih setianya kami dapat menyelesaikan sebuah karya tulis dengan judul “Pengaruh Strategi Harga, Kualitas Pelayanan, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Penerbangan Airasia (Studi Kasus Pada Mahasiswa STMIK-STIE Mikroskil Pengguna Maskapai Penerbangan Airasia)” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini saya dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada :

1. Ibu Hanny Siagian, S.E., M.Si. selaku Dosen pembimbing I yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak William, S.Kom., M.M. selaku Dosen pembimbing II yang telah memberikan waktu, saran, bimbingan serta pengarahan yang berharga sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom., M.M., selaku ketua STIE Mikroskil Medan.
4. Bapak Gunawan, S.Kom., M.T.I., selaku wakil ketua I STIE Mikroskil Medan.
5. Bapak Apren Halomoan Hutasoit, S.E., M.Si., selaku ketua Program Studi Manajemen STIE Mikroskil Medan.
6. Ibu Tya Wildana Hapsari Lubis, S.E., M.Si., selaku dosen wali yang selalu memberikan motivasi dan dukungan.
7. Bapak dan Ibu Dosen STIE Mikroskil yang telah memberikan ilmu pengetahuan yang berharga kepada penulis.
8. Orang tua dan seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan serta bantuan dan doa kepada penulis.

9. Teman-teman jurusan Manajemen Pemasaran angkatan 2017 yang telah memberi bantuan dan dorongan kepada penulis.
10. Seluruh responden dari STMIK-STIE Mikroskil Medan yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner yang penulis bagikan, terima kasih atas kerjasamanya.
11. Pihak-pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan.kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 23 Juli 2021

Penulis,



Lita Sari

UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR ISI

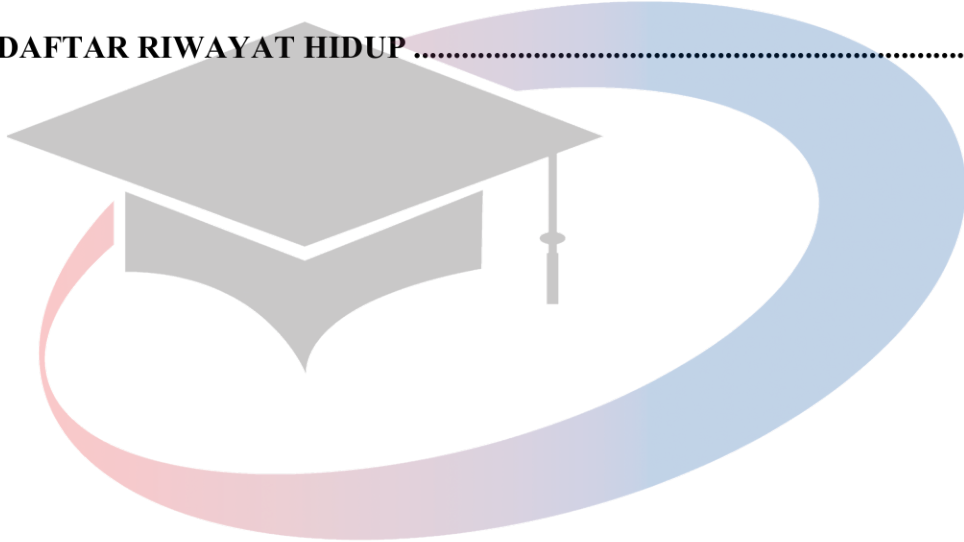
ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Originalitas	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1. Pemasaran.....	8
2.1.1. Bauran Pemasaran	8
2.1.2. Keputusan Pembelian	10
2.1.2.1. Proses Keputusan Pembelian Konsumen	11
2.1.2.2. Perilaku Konsumen	12
2.1.2.3. Jenis Perilaku Konsumen	13
2.1.2.4. Jenis Perilaku Keputusan Pembelian Konsumen	14
2.1.2.5. Peranan Keputusan Pembelian konsumen.....	14

2.1.2.6. Indikator Keputusan Pembelian	15
2.1.3. Strategi Harga.....	16
2.1.3.1. Peranan Harga	16
2.1.3.2. Tujuan Penetapan Harga	17
2.1.3.3. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Harga.....	18
2.1.3.4. Dimensi harga	19
2.1.3.5. Indikator-indikator harga.....	20
2.1.4. Kualitas Pelayanan	20
2.1.4.1. Pengertian kualitas pelayanan	20
2.1.4.2. Karakteristik Kualitas Pelayanan	21
2.1.4.3. Manfaat Kualitas Pelayanan.....	22
2.1.4.4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan.....	23
2.1.4.5. Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan	23
2.1.5. Promosi.....	24
2.1.5.1. Pengertian Promosi	24
2.1.5.2. Tujuan Promosi	24
2.1.5.3. Program Promosi Penjualan.....	25
2.1.5.4. Dimensi Promosi	25
2.1.5.5. Indikator Promosi.....	26
2.2. Penelitian Terdahulu	26
2.3. Kerangka Konseptual	31
2.4. Pengembangan Hipotesis	32
2.4.1. Pengaruh Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket Maskapai Penerbangan AirAsia.....	33

2.4.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket Maskapai Penerbangan AirAsia.....	33
2.4.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket Maskapai Penerbangan AirAsia.....	34
2.4.4. Pengaruh Strategi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Tiket Maskapai Penerbangan AirAsia.....	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1. Jenis Penelitian.....	36
3.2. Objek Penelitian.....	36
3.3. Populasi dan Sampel.....	36
3.4. Metode Pengumpulan Data.....	37
3.4.1. Penelitian Lapangan (Data Primer).....	37
3.4.2. Studi literatur (kepuustakaan) (Data Sekunder).....	39
3.5. Defenisi Operasional Variabel.....	39
3.6. Metode Analisis data.....	42
3.6.1. Analisis Statistika Deskriptif.....	43
3.6.2. Pengujian Kualitas Data.....	43
3.6.2.1. Uji Validitas.....	43
3.6.2.2. Uji Reliabilitas.....	44
3.6.3. Pengujian Asumsi Klasik.....	44
3.6.3.1. Uji Normalitas.....	44
3.6.3.2. Uji Multikolinieritas.....	45
3.6.3.3. Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.6.4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	47
3.6.5. Uji Hipotesis.....	47

3.6.5.1. Pengujian Secara Parsial (uji t)	47
3.6.5.2. Pengujian Secara Simultan (uji F)	48
3.6.5.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	48
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1. Hasil Penelitian	50
4.1.1. Gambaran Umum Mahasiswa Mikroskil Pengguna Maskapai AirAsia	50
4.1.2. Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner.....	51
4.1.3. Gambaran Umum Responden	52
4.1.4. Hasil Statistik Deskriptif	54
4.1.5. Hasil Uji Kualitas Data.....	57
4.1.5.1. Uji Validitas	57
4.1.5.2. Uji Reliabilitas.....	60
4.1.6. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	62
4.1.6.1. Uji Normalitas	62
4.1.6.2. Uji Multikolinieritas.....	63
4.1.6.3. Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.1.7. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	66
4.1.8. Hasil Uji Hipotesis	68
4.1.8.1. Hasil Uji Hipotesis Pertama	68
4.2. Pembahasan.....	70
4.2.1. Pengaruh Strategi Harga Terhadap Keputusan Pembelian.....	70
4.2.2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian	71
4.2.3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	72

4.2.4. Pengaruh Strategi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian.....	74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
5.1. KESIMPULAN	76
5.2. SARAN	76
DAFTAR PUSTAKA	78
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	120



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	11
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	32
Gambar 4.1	Tampilan aplikasi airasia.com	51
Gambar 4.2	Hasil Grafik Histogram Uji Normalitas	62
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas Normal P-Plot	62
Gambar 4.4	Hasil Uji Heteroskedastisitas Dengan Grafik Scatter Plot	65



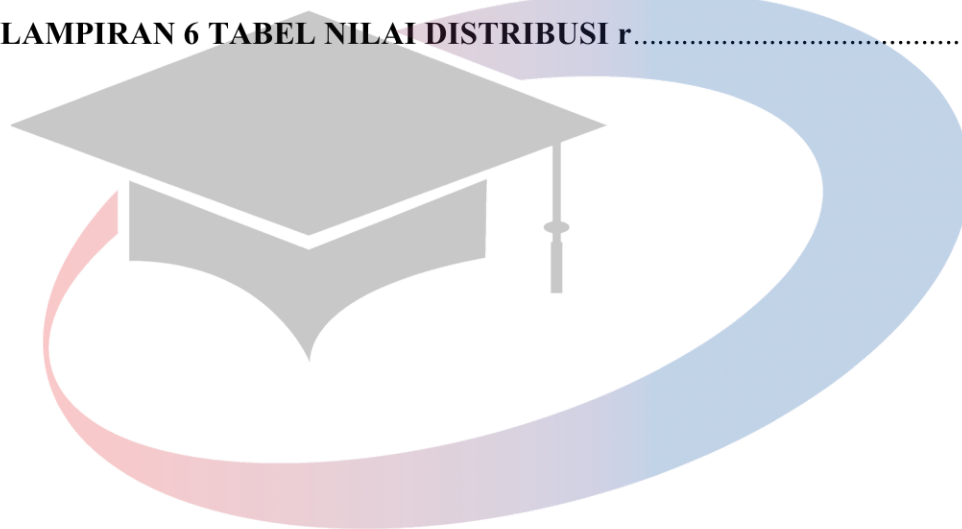
UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1	Review Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3. 1	Skala Likert	38
Tabel 3. 2	Definisi Operasional Variabel Penelitian	40
Tabel 4. 1	Pengiriman dan Pengembalian Kuesioner	52
Tabel 4. 2	Deskripsi Responden Berdasarkan Stambuk	53
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4. 4	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Strategi Harga (X1)	54
Tabel 4. 5	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	55
Tabel 4. 6	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Promosi (X3)	56
Tabel 4. 7	Hasil Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y) ..	57
Tabel 4. 8	Hasil Uji Variabel Strategi Harga (X1)	58
Tabel 4. 9	Hasil Uji Variabel Kualitas Pelayanan (X2)	59
Tabel 4. 10	Hasil Uji Variabel Promosi (X3)	59
Tabel 4. 11	Hasil Uji Variabel Keputusan Pembelian (Y)	60
Tabel 4. 12	Hasil Uji Reliabilitas	61
Tabel 4. 13	Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov	63
Tabel 4. 14	Hasil Uji Multikolinearitas	64
Tabel 4. 15	Hasil Uji Glejser	66
Tabel 4. 16	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	67
Tabel 4. 17	Hasil Uji Parsial (Uji t)	68
Tabel 4. 18	Hasil Uji Simultan (Uji F)	69
Tabel 4. 19	Hasil Uji Koefisien Determinan (R²)	69

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 KUESIONER PENELITIAN.....	85
LAMPIRAN 2 HASIL KUESIONER	90
LAMPIRAN 3 HASIL PENGUJIAN SPSS.....	102
LAMPIRAN 4 TABEL NILAI DISTRIBUSI t	114
LAMPIRAN 5 TABEL NILAI DISTRIBUSI f (PROBABILITAS = 0.01).....	117
LAMPIRAN 6 TABEL NILAI DISTRIBUSI r	119



UNIVERSITAS MIKROSKIL