

ABSTRAK

Johan Pranata

Skripsi

Analisis Faktor Keputusan Konsumen Dalam Pembelian Tiket Online Melalui Tiket.com

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor apa saja dalam keputusan konsumen dalam pembelian tiket online melalui Tiket.com tahun 2017. Penelitian ini dilatar belakangi bagaimana keputusan konsumen dalam pembelian tiket online melalui Tiket.com. Semakin berkembang pesatnya dunia internet sekarang semakin banyak internet marketing yang ada pada zaman modern ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuesioner terhadap 100 orang responden, yang merupakan konsumen yang pernah membeli tiket online melalui Tiket.com yang terdapat dua puluh satu pertanyaan didalam kuesioner dengan teknik *purposive sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis faktor dengan menggunakan perangkat lunak spss versi 22.0 untuk mencari nilai-nilai dan mencari faktor-faktor dalam penelitian ini. Hasil yang didapat dari penelitian ini menunjukkan terdapat empat faktor baru yaitu, faktor produk, faktor promosi, faktor pemasaran, faktor kepercayaan. Kemudian dari empat faktor tersebut dibahas dengan menggunakan penelitian terdahulu. Oleh karena itu, kesimpulan dari penelitian ini sebaiknya Tiket.com lebih meningkatkan kualitas promosi, produk, pelayanan agar konsumen merasa puas dengan membeli tiket online di Tiket.com.

Kata kunci: Faktor produk, faktor promosi, faktor pemasaran, faktor kepercayaan

ABSTRACT

Johan Pranata

Thesis

Analysis of Consumer Decision Factors In Purchasing Online Ticket Through Tiket.com

This study aims to determine what factors in consumer decisions in purchasing tickets online through Tiket.com in 2017. This study is based on how the consumer decisions in purchasing tickets online through Tiket.com. Increasingly rapidly growing internet world is now more and more internet marketing that exist in this modern era. The method used in this study is a questionnaire method of 100 respondents, who are consumers who have bought tickets online through Tiket.com that there are twenty-one questions in the questionnaire with purposive sampling technique. Data analysis method used in this research is factor analysis by using the tool of spss version 22.0 to find the values and look for the factors in this research. The results obtained from this study indicate there are four new factors namely, : product factors, promotion factors, marketing factors, trust factors. Then from the four factors are discussed by using previous research. Therefore, the conclusion of this study should Tiket.com more increase the quality of promotions, products, services so that consumers are satisfied with buying tickets online at Tiket.com.

Keywords: *Product factor, promotion factor, marketing factor, trust factor*