

**ANALYSIS OF THE EFFECT OF THE PRICE, PROMOTION AND
LIFESTYLE ON PURCHASING DECISIONS TIKET.COM**

By:

Frista Giovinda

Abstract

This study uses quantitative descriptive methods conducted on respondents who have made purchases at Tiket.com. the purpose of this study was to determine whether price, promotion and lifestyle influence purchasing decisions. Tiket.com is a company that has a focus on a web and application with online booking and ticketing features that provide ticket reservation services. The population in this study is Tiket.com users who live in West Jakarta, aged 20-30 and have bought or booked tickets at Tiket.com. Samples taken as many as 75 respondents using purposive sampling method through the distribution of questionnaires with Google Form. The analysis technique used is descriptive analysis and inferential analysis and the analytical tool in this study is partial Least Square (PLS). The results of this study indicate that: (1) Price influences and is significant for purchasing decisions. (2) Promotion influences and is significant for purchasing decisions. (3) Lifestyle has no effect and is not significant on purchasing decisions. With the R-Square Adjusted generated 77.2%.

Keyword: Lifestyle, Price, Purchasing Decision, Promotion

ANALISIS PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TIKET.COM

Oleh:

Frista Giovinda

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang dilakukan pada responden yang pernah melakukan pembelian pada Tiket.com. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah harga, promosi dan gaya hidup berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Tiket.com merupakan perusahaan yang memiliki fokus pada sebuah web dan aplikasi dengan fitur booking dan ticketing online yang memberikan pelayanan reservasi tiket. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Tiket.com yang berdomisili di wilayah Jakarta Barat yang berumur 20-30 dan pernah membeli atau memesan tiket di Tiket.com. sampel yang diambil sebanyak 75 orang responden dengan menggunakan metode *purposive sampling* melalui penyebaran kuesioner dengan google form. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis inferensial serta alat analisis dalam penelitian ini adalah *Partial Least Square (PLS)*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) Harga berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (2) Promosi berpengaruh dan signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) Gaya hidup tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan R-Square Adjusted yang dihasilkan sebesar 77,2%.

Kata kunci: *Gaya Hidup, Harga, Keputusan Pembelian, Promosi*