

ABSTRAK

Seiring berjalannya waktu pada era globalisasi saat ini. Perkembangan dan pertumbuhan teknologi semakin cepat. Pemanfaatan teknologi bagi kehidupan masyarakat memberikan dampak positif yang sangat besar. Teknologi informasi yang mengembangkan internet perlahan-lahan mulai menggeser budaya pembelian tiket pesawat dari cara manual menjadi *online*. Meskipun memiliki pasar yang sangat potensial. Perkembangan *online travel agent* yang ada di Indonesia sedikit terhambat. Dikarenakan naiknya harga tiket pesawat dan turunnya penumpang domestik untuk transportasi jalur udara ini. Dalam lima tahun terakhir, tren penurunan jumlah penumpang pesawat baru terjadi dua tahun belakangan. Tahun-tahun sebelumnya penumpang pesawat selalu tumbuh. Bahkan rata-rata tumbuh penumpang hampir selalu dua digit setiap tahunnya. Tiket.com merupakan *online travel agent* pertama yang ada di Indonesia. Tetapi Tiket.com masih kalah dengan pesaing-pesaingnya yang mampu memberikan harga dan promo yang lebih menarik kepada pelanggannya.

Penelitian ini adalah penelitian yang bersifat deskriptif yang menggunakan metode kuantitatif sebab data penelitian menunjukkan angka-angka dan analisis yang menggunakan statistik. Sampel data penelitian ini adalah para pengguna tiket.com untuk kategori tiket pesawat di seluruh Indonesia dengan menggunakan *Non Probability sampling purposive*. Teknik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Linear Berganda.

Pada penelitian ini digunakan variabel harga dan promosi untuk melihat pengaruhnya terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di Tiket.com. Setelah dilakukannya analisis, didapatkan hasil bahwa harga dan promosi memiliki pengaruh yang positif dan signifikan secara parsial atau sendiri-sendiri dan juga secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan pembelian tiket pesawat di Tiket.com

Kata kunci : Tiket pesawat, Harga, Promosi, Keputusan Pembelian dan Analisis Regresi Linear Berganda