

ABSTRAK

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membawa perubahan diberbagai daerah termasuk DKI Jakarta, mulai dari gaya hidup, trend konsumen hingga pemasaran korporat perusahaan. Berbagai barang dan jasa dapat diperoleh secara *online*, seperti sembako, pakaian, dan jasa transportasi. Salah satu transaksi *online* yang sering dilakukan oleh masyarakat adalah pembelian tiket kereta api dan salah satu *travel agent* yang menyediakan layanan pembelian tiket kereta api *online* adalah tiket.com. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan promosi terhadap keputusan pembelian tiket kereta api *online* melalui tiket.com pada Masyarakat DKI Jakarta. Metode penelitian kuantitatif statistik dengan analisis regresi linear berganda uji t, uji f, dan uji determinasi. Hasil penelitian ini menunjukkan berdasarkan uji t, harga dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji f, harga dan promosi secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan hasil uji determinasi, harga dan promosi memiliki pengaruh sebesar 61,8% terhadap keputusan pembelian tiket kereta *online* melalui tiket.com, sedangkan sisanya sebesar 38,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Tiket Kereta Api, Harga, Promosi, Keputusan pembelian, dan Analisis Linear Berganda.



UNIVERSITAS

ABSTRACT

The rapid development of technology has brought changes in various regions including DKI Jakarta, ranging from lifestyle, consumer trends to corporate marketing. Various goods and services can be obtained online, such as groceries, clothing, and transportation services. One of the online transactions that is often carried out by the public is purchasing train tickets and one of the travel agents that provides online train ticket purchasing services is tiket.com. The purpose of this study was to determine the effect of price and promotion on the decision to purchase train tickets online through tiket.com in the DKI Jakarta community. Statistical quantitative research method with multiple linear regression analysis t test, f test, and test of determination. The results of this study show that based on the t test, prices and promotions have a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the results of the f test, price and promotion together have a positive and significant effect on purchasing decisions. Based on the results of the determination test, price and promotion have an influence of 61.8% on the decision to buy online train tickets through tiket.com, while the remaining 38.2% are influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *Train Ticket, Price, Promotion, Purchasing Decisions and Multiple Linear Regression Analysis.*

