

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN, PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT
TERBANG**

Anthony Christino¹

Feby Erya²

Cindy Evelyn Lovencia³

^{1,2,3}Fakultas Ekonomi S1 Manajemen Universitas Prima Indonesia Sumatera Utara,
Indonesia

email: antony_phanz@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh strategi pemasaran, pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian tiket pesawat terbang pada PT Duta Megah Wisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis data kuantitatif. Sumber data yang digunakan data primer yang langsung dari perusahaan dan data sekunder yang menggunakan literatur buku dan jurnal. Populasi ialah konsumen PT Duta Megah Wisata berjumlah 133 penelitian dengan sampel sebanyak 100 responden. Uji Asumsi klasik diperlukan agar analisis data regresi linier berganda tidak bias. Hasil penelitian yang menjadi kesimpulan adalah strategi pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiket pesawat terbang pada PT Duta Megah Wisata. Pelayanan berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiket pesawat terbang pada PT Duta Megah Wisata. Harga berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian tiket pesawat terbang pada PT Duta Megah Wisata. Strategi pemasaran, pelayanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat terbang Pada PT Duta Megah Wisata.

Kata Kunci :strategi pemasaran, pelayanan, harga dan keputusan pembelian.

ABSTRACT

The aim is to analyze the effect of marketing, service and price strategies on the decision to buy airplane tickets at PT Duta Megah Wisata. The quantitative approach used. The type of data is quantitative data. Data sources are primary data and secondary data. The population is the consumers of PT Duta Megah Wisata totaling 133 studies with a sample of 100 respondents. Analysis of multiple linear regression data previously carried out classical assumptions. The result of the research that becomes the conclusion is that the marketing strategy has a influence on the decision to purchase airplane tickets at PT Duta Megah Wisata. Services influence in purchasing decisions for airplane tickets at PT Duta Megah Wisata. Prices influence on the decision to buy airplane tickets at PT Duta Megah Wisata. Marketing, service and price strategies influence simultaneously on the decision to purchase airplane tickets at PT Duta Megah Wisata.

Keywords: *marketing strategy, service, price and purchase decisions.*