

ABSTRACT

The purpose of this study is: 1) To analyze the effect of the perception on amount of the purchase price air tickets to students; 2) To analyze the effect of perception on income of the purchase of air tickets on the number of students; 3) To analyze the effect of the perception on promotion on the amount of purchase air tickets to students; 4) To analyze the effect of the perception on reputation of the airline to airline ticket purchase amount on students and 5) To analyze the effect of perception on price, income, and reputation of the airline promotion together - equal to the amount of the purchase of air tickets to students This research is quantitative. The research sample was 100 students. Techniques of data collection using questionnaires. Hypothesis testing using multiple regression analysis.

The results showed that: 1) The perception on price variable negatif and significant impact on purchasing decisions on student plane tickets; 2) Variable perception on income positive and significant impact on purchasing decisions on student plane tickets; 3) Perception on Promotion variable positive and significant impact on purchasing decisions on student plane tickets; 4) Variable perception on airline's reputation positive and significant impact on purchasing decisions on student airfares and 5) Variable perception on prices, income, promotion and reputation of the airline jointly influence on purchase decisions airfares.

Keywords: *Buying, Airline Tickets, College Students.*

ABSTRAKSI

Tujuan penelitian ini adalah: 1) Untuk menganalisis pengaruh persepsi pada harga terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa; 2) Untuk menganalisis pengaruh persepsi pada uang ekstra terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa; 3) Untuk menganalisis pengaruh persepsi pada promosi terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa; 4) Untuk menganalisis pengaruh persepsi pada reputasi maskapai terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa dan 5) Untuk menganalisis pengaruh persepsi pada harga, uang ekstra, promosi dan reputasi maskapai secara bersama – sama terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Sampel penelitian adalah 110 orang mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Uji hipotesis menggunakan analisis regresi berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Variabel persepsi pada harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa; 2) Variabel persepsi pada uang ekstra berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa; 3) Variabel persepsi pada promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa; 4) Variabel persepsi pada reputasi maskapai berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat pada mahasiswa; 5) Variabel persepsi pada harga, uang ekstra, promosi dan reputasi maskapai secara bersama-sama berpengaruh terhadap frekuensi keputusan pembelian tiket pesawat terbang.

Kata Kunci: Pembelian, Tiket Pesawat, Mahasiswa.