

**PENGARUH CITRA MEREK TIKET.COM
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
GENERASI MILLENNIAL**



SKRIPSI

**Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

Oleh:

MONICA RATNA KUMALA

180906515

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2022

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Nama : Monica Ratna Kumala
Nomor Mahasiswa : 180906515
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Karya Tulis : Pengaruh Citra Merek Tiket.com Terhadap Keputusan Pembelian
Generasi Millennial

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis tugas akhir ini bukan merupakan plagiarisme, pencurian hasil karya orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non-material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada hakikatnya bukan merupakan karya tulis tugas akhir secara orisinal dan otentik.

Bila dikemudian hari diduga kuat ada kesesuaian antara fakta dan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan/kesarjanaan.

Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran saya sendiri dan tidak atas tekanan ataupun paksaan dari pihak maupun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 1 Desember 2022

Saya yang menyatakan



Monica Ratna Kumala

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH CITRA MEREK TIKET.COM TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN GENERASI MILLENNIAL

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

MONICA RATNA KUMALA

180906515

disetujui oleh :



Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek Tiket.com Terhadap Keputusan
Pembelian Generasi Millennial
Penyusun : Monica Ratna Kumala
NPM : 180906515

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan
pada

Hari/Tanggal : Rabu, 21 Desember 2022
Pukul : 11.00 WIB
Tempat : FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Desideria Cempaka Wijaya Murti, S.Sos, M.A., PhD

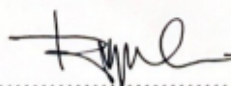
Penguji Utama

Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos., M.Si

Penguji I

Dr. phil. Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., MA.

Penguji II



Ranggabumi Nuswantoro, M.A

Ketua Program Studi SI Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah membimbing dan menyertai dalam setiap langkah pengerjaan skripsi ini.

Teruntuk keluargaku tersayang. Papa, Mama, Ocha, dan Sandi yang selalu memberikan dukungan dengan segala cara dari awal hingga akhir pengerjaan skripsi ini. Hingga akhirnya aku bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Serta untuk seluruh teman-teman yang berjuang bersama dalam proses belajar sampai pada titik terakhir tanggungjawab sebagai mahasiswa dalam menyelesaikan perkuliahannya yaitu skripsi. Perjalanan ini baru akan dimulai

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah membimbing dan menyertai peneliti hingga akhirnya dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan judul Pengaruh Citra Merek Tiket.com Terhadap Keputusan Pembelian Generasi Millennial. Peneliti juga berterima kasih kepada semua pihak, berkat dukungan yang diberikan dari proses pembuatan proposal, penelitian, hingga pengerjaan skripsi ini. Peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus yang selalu memberikan kekuatan, kemudahan, dan kesehatan kepada sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Kepada diri sendiri, terima kasih sudah mau berjuang untuk menyelesaikan pendidikan S1 dan terima kasih telah mampu melewati segala rintangan yang dihadapi selama pengerjaan skripsi.
3. Keluarga peneliti, ibu, bapak, kakak, dan adik yang selalu mendukung dan mendoakan peneliti setiap hari dengan sepenuh hati dalam menyelesaikan skripsi ini. Peneliti yakin dan percaya pengerjaan skripsi ini dapat selesai karena doa yang penuh cinta dari keluarga. Skripsi ini menjadi bentuk tanggung jawab saya kepada orang tua.

4. Ibu Ike Devi Sulistyanyingtyas, S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah membantu dan mengarahkan peneliti dari awal pengerjaan proposal hingga terselesaikannya skripsi ini. Terima kasih untuk segala saran dan dukungan yang diberikan selama ini.
5. Rekan kerja dan sahabat peneliti, Mikha, Syalum, Ristha, Sela, Novi, dan Algiz yang selalu menjadi tempat berkeluh-kesah, selalu menghibur, memberikan motivasi, dan semangat yang luar biasa selama peneliti mengerjakan skripsi. Terima kasih karena dorongan dan motivasinya, sehingga peneliti semakin semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini dan seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Yogyakarta, 1 Desember 2022

Peneliti

Monica Ratna Kumala

MONICA RATNA KUMALA

No. Mhs: 180906515

**PENGARUH CITRA MEREK TIKET.COM TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN GENERASI MILLENNIAL**

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan teknologi dan kehadiran internet memberi pengaruh pada dunia bisnis seperti merek tiket.com yang merupakan *online travel agent*. Sebagai penyedia layanan tiket, tidak selamanya merek ini berjalan dengan baik. Berbagai masalah pernah menimpa dan dapat menyebabkan krisis jika tidak dikelola dengan baik. Permasalahan yang timbul terhadap merek dapat mengganggu citra merek milik tiket.com karena hal ini penting dan memiliki pengaruh kepada pembelian konsumen. Penelitian ini menggunakan teori citra merek dan keputusan pembelian. Penelitian ini berjenis kuantitatif eksplanatif dengan metode survei dan objek penelitian generasi millennial yang menggunakan merek tiket.com. Pengumpulan data menggunakan kuesioner dan teknik analisis data menggunakan regresi sederhana untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel.

Penelitian ini menghasilkan nilai koefisien korelasi antara variabel citra merek dengan variabel keputusan pembelian sebesar 0,338 dan angka ini termasuk ke dalam pengaruh yang rendah. Penelitian ini berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Citra merek (X) dengan Keputusan Pembelian (Y) sebesar 11,4% dengan nilai signifikansi sebesar 0,001 dan sisanya sebesar 88,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain.

Sisa pengaruh sebesar 88,6% yang dapat dipengaruhi oleh faktor lain selain citra merek, yaitu kualitas, harga, kepercayaan, dan reputasi merek. Kualitas dapat dilihat dari kinerja dan nilai tambah yang diberikan kepada konsumen. Selain itu harga yang menawarkan nilai yang besar juga dapat mempengaruhinya. Selanjutnya, kepercayaan dan reputasi dari sebuah merek dapat menyederhanakan keputusan pembelian konsumen dalam melakukan pembelian.

Kata Kunci: Merek, Citra Merek, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
1. Manfaat Akademis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	10
E. Kerangka Teori.....	10
1. Komunikasi Pemasaran.....	10
2. Citra Merek.....	11
3. Keputusan Pembelian.....	14
4. Generasi Millennial.....	17
F. Kerangka Konsep.....	20
1. Citra Merek.....	21
2. Keputusan Pembelian.....	22
G. Definisi Operasional.....	25
H. Hipotesis.....	27
I. Metodologi Penelitian.....	28
1. Jenis Penelitian.....	28
2. Metode Penelitian.....	28
3. Teknik Sampling.....	29

4. Jenis Data.....	31
5. Teknik Pengukuran Data.....	32
6. Metode Pengujian Instrumen.....	33
7. Teknik Analisis Data.....	38
BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN.....	39
A. Profile merek tiket.com.....	39
B. Layanan Tiket.com.....	41
C. Citra Merek Tiket.com.....	44
BAB III TEMUAN DATA.....	48
A. Hasil Temuan Data.....	48
1. Distribusi Frekuensi Variabel Citra Merek Tiket.com.....	48
2. Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian.....	61
3. Analisis Regresi Sederhana.....	85
4. Analisis Hipotesis Penelitian.....	88
B. Analisis.....	90
BAB IV.....	98
A. Kesimpulan.....	98
B. Saran.....	99
1. Saran Akademis.....	99
2. Saran Praktis.....	99
DAFTAR PUSTAKA.....	100
LAMPIRAN.....	104
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	105
Lampiran 2 Perhitungan SPSS.....	109

DAFTAR TABEL

TABEL 1 Top Brand Index.....	4
TABEL 2 Definisi Operasional	25
TABEL 3 Skor Skala Likert.....	32
TABEL 4 Uji Validitas Citra Merek.....	34
TABEL 5 Uji Validitas Keputusan Pembelian.....	35
TABEL 6 Uji Reliabilitas.....	37
TABEL 7 Keunggulan Merek dalam Melakukan Inovasi yang Baik.....	49
TABEL 8 Fitur yang Dimiliki Merek Tiket.com Berfungsi dengan Baik.....	50
TABEL 9 Tiket.com Memiliki Tampilan yang Menarik Untuk Digunakan.....	51
TABEL 10 Tiket.com Menjadi Tujuan Utama Saya untuk Membeli Tiket Travel	52
TABEL 11 Layanan yang Dimiliki Merek Memenuhi Kebutuhan Saya.....	53
TABEL 12 Aplikasi Milik Tiket.com Mudah Untuk Digunakan.....	54
TABEL 13 Merek Tiket.com Memiliki Berbagai Macam Layanan.....	55
TABEL 14 Merek Tiket.com Menawarkan Harga Yang Bersahabat.....	56
TABEL 15 Total Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Citra Merek.....	57
TABEL 16 Responden Memilih Merek Tiket.com untuk Memenuhi Kebutuhan Tiket Transportasi	62
TABEL 17 Responden Memilih Merek Tiket.com untuk Memenuhi Kebutuhan Tiket Akomodasi.....	63
TABEL 18 Responden Menggali Informasi Tentang Tiket.com Melalui Keluarga.....	64
TABEL 19 Responden Menggali Informasi Tentang Tiket.com Melalui Teman..	65
TABEL 20 Responden Menggali Informasi Tentang Tiket.com Melalui Web Resmi Tiket.com.....	66

TABEL 21 Responden Menggali Informasi Tentang Tiket.com Melalui Media Sosial.....	67
TABEL 22 Responden Memilih Tiket.com Karena Harga yang Ditawarkan Sesuai Dengan <i>Budget</i>	68
TABEL 23 Hasil Jawaban Responden Memilih Tiket.com Karena Layanan yang Diberikan Bervariasi.....	69
TABEL 24 Responden Memilih Tiket.com Karena Pelayanan yang Diberikan Sangat Baik.....	70
TABEL 25 Responden Memilih Tiket.com Karena Mendapatkan Rekomendasi dari Keluarga.....	71
TABEL 26 Responden Memilih Tiket.com Karena Mendapatkan Rekomendasi dari Teman.....	73
TABEL 27 Responden Memilih Tiket.com Karena Sesuai Dengan Kriteria yang Saya Butuhkan.....	74
TABEL 28 Responden Merasa Puas Setelah Menggunakan Layanan dari Merek Tiket.com.....	75
TABEL 29 Responden Akan Merekomendasikan Merek Tiket.com Kepada Orang Lain.....	76
TABEL 30 Responden Akan Melakukan Pembelian Ulang pada Merek tiket.com.....	77
TABEL 31 Total Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian	78
TABEL 32 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	85
TABEL 33 Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Citra Merek.....	86
TABEL 34 Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Citra Merek (<i>coefficients</i>)....	86
TABEL 35 Hasil Uji T.....	89

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1 Perubahan Logo Merek Tiket.com.....	41
GAMBAR 2 Aplikasi <i>Mobile</i> dan <i>Website</i> Tiket.com.....	43
GAMBAR 3 <i>User Interface</i> Aplikasi <i>Mobile</i> Tiket.com.....	46
GAMBAR 4 <i>User Interface</i> Web Tiket.com.....	46
GAMBAR 5 <i>User Interface</i> Web Tiket.com.....	47
GAMBAR 6 Visualisasi Rata-Rata Jawaban Responden Variabel X.....	58
GAMBAR 7 Visualisasi Rata-Rata Jawaban Responden Variabel Y.....	80

DAFTAR BAGAN

BAGAN 1 Kerangka Konsep.....	20
BAGAN 2 Hubungan Antar Variabel.....	90

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner Penelitian.....	105
LAMPIRAN 2 Perhitungan SPSS.....	109