

**PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN, CITRA MEREK,  
DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN TIKET *ONLINE* DI APLIKASI TIKET.COM PADA  
GENERASI Z**

**Skripsi**

**Untuk Memenuhi Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Manajemen (S1)**

**Pada Program Studi Manajemen**

**Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun Oleh:**

**Richardo Anggara Tony Putra**

**200325734**

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN, CITRA MEREK, DAN**  
**PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET**  
**ONLINE DI APLIKASI TIKET.COM PADA GENERASI Z**



**Disusun oleh:**

**Richardo Anggara Tony Putra**

**200325734**

**Telah dibaca dan disetujui oleh:**

**Pembimbing**

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'Budi Suprpto', is written over the name of the supervisor.

**Budi Suprpto, Drs., MBA., Ph.D.**

**06 Mei 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

### SKRIPSI

#### PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN, CITRA MEREK, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET *ONLINE* DI APLIKASI TIKET.COM PADA GENERASI Z

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

**RICHARDO ANGGARA TONY PUTRA**

**NPM : 200325734**

Telah dipertahankan di depan Panitia Penguji

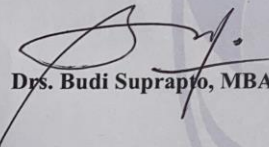
Pada tanggal 07 Juni 2024

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen (S1)

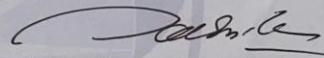
Program Studi Manajemen


Susunan Panitia Penguji

Ketua Penguji

  
**Drs. Budi Suprapto, MBA., Ph.D**

Anggota Panitia Penguji



  
**Nadia Nila Sari, SE., MBA.**

  
**Oscar Chrismadian Noventa, SE., M.Sc**

Yogyakarta, 11 Juni 2024

Dekan Fakultas Bisnis dan Ekonomika

Universitas Atma Jaya Yogyakarta

  
**Wenefrida Mahestu N. Krisjanti, SE., M.Sc.IB, Ph.D**  
  
FAKULTAS BISNIS  
DAN EKONOMIKA  
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

## **LEMBAR PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN, CITRA MEREK, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET  
*ONLINE* DI APLIKASI TIKET.COM PADA GENERASI Z**

Merupakan benar hasil karya saya sendiri. Semua pernyataan, gagasan, atau kutipan, baik langsung maupun tidak langsung, yang berasal dari tulisan atau gagasan orang lain, telah secara resmi disebutkan di dalam skripsi ini. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiaris dalam skripsi ini, maka, gelar dan ijazah yang saya peroleh dapat dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, 6 Mei 2024

Yang Menyatakan



Richardo Anggara Tony Putra

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat, karunia, dan Rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan penelitian skripsi ini dengan baik. Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas yang dirasakan, Citra Merek, dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tiket *Online* di Aplikasi Tiket.com pada Generasi Z di Indonesia” ini dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar sarjana (S1) Manajemen pada Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa dapat terselesaikan karena adanya bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini, penulis juga hendak mengucapkan banyak terima kasih kepada seluruh pihak yang telah senantiasa memberikan bimbingan, bantuan dan dukungan dalam terselesainya penulisan skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan berkat dan karunia pada penulis, sehingga penulis diberikan kesehatan dan kemudahan dalam menyelesaikan penelitian ini.
2. Seluruh dosen, *staff*, dan karyawan UAJY terkhusus FBE UAJY yang telah memberi ilmu dan pengalaman pada penulis ketika berada dalam masa studi.
3. Bapak Budi Suprpto, Drs., MBA., Ph.D. selaku dosen pembimbing yang telah membimbing, mendampingi, memberi masukan, dan membantu dengan sabar dalam melakukan penyusunan penelitian sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian dengan baik dan tepat waktu.
4. Keluarga saya yang tercinta, Bapak Marthen Ngailu Toni, Ibu Yakoba Weru., dan adik saya Hera Chantika Dewi Tony Putri, David Daka Dahawoli Tony Putra yang selalu mendoakan, menemani, memberikan dukungan baik secara materi dan moral, sehingga peneliti mampu menyelesaikan penelitian dan studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

5. Teman-teman “G16OKT-KUDETA” yaitu Deva Karbana, Ewagelion Iven, Ryandiva Yana, Rino Dapa, Rano Eugenius, Wahyu Putra, FX. Adimas, Andres Dewangga, Dedex, Ketut Pramudita, Bryan, Putu Erwin, Muh. Fajar, Adit Komeng, Gaudensius Arya, Agung Arya, Boan Dawolo, Brayle Paschal, Dimas Budi, Eka Jiwatha, Gene Selow, Khristanval Danesta, Rudy Gunawan, Yoel Bani, dan Yudhistira Iqbal yang senantiasa mendampingi, mendoakan, memberi dukungan, dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Teman-teman “Saren Pride” No Hokon, Tom Weru, Angga Konda, Bang Hendra, dan Jo Waang yang telah selalu memberikan dukungan, membantu, dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
7. Teman-teman “YSSA-GACOR” yang telah selalu memberikan dukungan, membantu, dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
8. Teman-teman “Phunaand” yang telah selalu memberikan dukungan, membantu, dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
9. Teman-teman “Perjaka System” yang telah selalu memberikan dukungan, membantu, dan berjuang bersama dalam menyelesaikan skripsi.
10. Teman-teman bimbingan skripsi Pak Budi yang telah menjadi teman seperjuangan dan saling membantu dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Seluruh responden yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini.
12. Seluruh teman penulis dan keluarga besar yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah mendoakan, memberi semangat dan bantuan dalam menyelesaikan penelitian ini.

Penulis



Richardo Anggara Tony Putra

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
ABSTRAK.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1. Manfaat teoritis .....	8
1.4.2. Manfaat praktis.....	8
1.5. Sistematika Penelitian .....	9
BAB II.....	11
LANDASAN TEORITIS.....	11
2.1. Kualitas yang dirasakan .....	11
2.2. Citra Merek .....	12
2.3. Persepsi Harga .....	14
2.4. Keputusan Pembelian .....	15
2.5. Penelitian Terdahulu.....	17
2.6. Model Penelitian .....	24
2.7. Pengembangan Hipotesis .....	25
2.7.1. Kualitas yang dirasakan terhadap Keputusan Pembelian .....	25

2.7.2.	Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	26
2.7.3.	Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	26
BAB III.....		28
METODOLOGI PENELITIAN .....		28
3.1.	Jenis Penelitian.....	28
3.2.	Objek dan Subjek Penelitian.....	28
3.2.1.	Objek Penelitian .....	28
3.2.2.	Subjek Penelitian .....	30
3.3.	Populasi dan Sampel penelitian.....	30
3.3.1.	Populasi .....	30
3.3.2.	Sampel.....	30
3.4.	Metode Pengumpulan Data .....	31
3.5.	Metode Pengukuran Data .....	36
3.6.	Metode Pengujian Data.....	36
3.7.	Pengujian Instrumen.....	36
3.8.	Uji Validitas .....	37
3.9.	Validitas Konvergen .....	37
3.10.	Validitas Diskriminan.....	37
3.11.	Uji Reliabilitas .....	38
3.12.	Teknik Analisis Data .....	38
3.13.	Metode Analisis Data.....	39
BAB IV .....		41
ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....		41
4.1.	Analisis Profil Responden .....	41
4.1.1.	Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	41
4.1.2.	Profil Responden berdasarkan Usia.....	42
4.2.	Analisis Data .....	43



4.2.1.	Analisis <i>Structural Equation Modeling</i> – <i>Partial Least Square</i> (SEM - PLS)	43
4.2.2.	<i>Outer Model</i> .....	44
4.2.2.1.	Uji Validitas Konvergen .....	44
4.2.2.2.	Uji Validitas Diskriminan .....	47
4.2.2.3.	Uji Reliabilitas.....	48
4.2.3.	<i>Inner Model</i> .....	48
4.2.4.	Uji Hipotesis .....	50
4.2.4.1.	Pengaruh Kualitas yang dirasakan terhadap Keputusan Pembelian.	52
4.2.4.2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.2.4.3.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	52
4.3.	Pembahasan.....	53
4.3.1.	Pengaruh Kualitas yang dirasakan terhadap Keputusan Pembelian... 53	
4.3.2.	Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.....	54
4.3.3.	Pengaruh Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian .....	56
BAB V.....		59
KESIMPULAN DAN SARAN.....		59
5.1.	Kesimpulan .....	59
5.1.1.	Kesimpulan Profil Responden.....	59
5.1.2.	Kesimpulan Uji Hipotesis .....	59
5.2.	Implikasi Manajerial .....	60
5.3.	Keterbatasan Penelitian dan Saran Untuk Penelitian Selanjutnya.....	61
Daftar Pustaka.....		63
LAMPIRAN.....		66

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Grafik Pengguna <i>Online Travel Agent</i> .....	2
Gambar 2. 1 Model Penelitian .....	24
Gambar 4. 1 Diagram jalur.....	43
Gambar 4. 2 Model Konstruk.....	44
Gambar 4. 3 Model Struktural <i>Bootstrapping Calculation</i> .....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	17
Tabel 3. 1 Pembentukan Instrumen Penelitian .....	32
Tabel 3. 2 Skala Likert .....	36
Tabel 4. 1 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4. 2 Profil Responden berdasarkan Usia.....	42
Tabel 4. 3 Nilai <i>Outer Loadings (Loading Factors)</i> .....	45
Tabel 4. 4 Nilai <i>Average Variance Extracted (AVE)</i> .....	46
Tabel 4. 5 Nilai <i>Cross Loadings</i> .....	47
Tabel 4. 6 Nilai <i>Cronbach's Alpha</i> dan <i>Composite Reliability</i> .....	48
Tabel 4. 7 Nilai <i>R-Square</i> .....	49
Tabel 4. 8 Nilai <i>F-Square</i> .....	49
Tabel 4. 9 <i>Path Coefficients</i> .....	51
Tabel 4. 10 Perbandingan Jurnal Utama dengan Penelitian ini .....	57

## **DAFTAR LAMPIRAN**

- LAMPIRAN I: JURNAL UTAMA**
- LAMPIRAN II: KUESIONER**
- LAMPIRAN III: JAWABAN KUESIONER**
- LAMPIRAN IV: HASIL ANALISIS DATA**

**PENGARUH KUALITAS YANG DIRASAKAN, CITRA MEREK, DAN  
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET  
ONLINE DI APLIKASI TIKET.COM PADA GENERASI Z**

**Disusun Oleh:**

**Richardo Anggara Tony Putra**

**Pembimbing:**

**Budi Suprpto, Drs, MBA., Ph.D.**

Program Studi Manajemen, Fakultas Bisnis dan Ekonomika Universitas Atma Jaya  
Yogyakarta, Jalan Babarsari 43 – 44, Daerah Istimewah Yogyakarta

**ABSTRAK**

Internet memberi peluang besar bagi perusahaan penerbangan dan menyediakan informasi penting bagi konsumen. Perusahaan agen perjalanan *online* harus berinovasi sesuai kebutuhan konsumen untuk mempertahankan pangsa pasar. Kualitas, citra merek, dan persepsi harga adalah faktor utama dalam penggunaan aplikasi, terutama untuk pembelian *online*. Penelitian ini bertujuan mengevaluasi pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap keputusan pembelian tiket *online* di aplikasi Tiket.com oleh generasi Z di Indonesia. Data dikumpulkan melalui *purposive sampling* dan kuesioner yang disebarkan secara *online* melalui *Google Form*, dengan jumlah responden yang dapat digunakan sebanyak 164 dari total 222 responden. Melalui analisis data dari responden generasi Z yang telah menggunakan aplikasi Tiket.com, studi ini bertujuan untuk menentukan sejauh mana faktor-faktor tersebut mempengaruhi keputusan pembelian. Metode analisis yang digunakan adalah *Structural Equation Modeling - Partial Least Square* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas yang dirasakan, citra merek, dan persepsi harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian tiket *online* di aplikasi Tiket.com pada generasi Z di Indonesia.

**Keyword:** Kualitas yang dirasakan, Citra Merek, Persepsi Harga, Keputusan Pembelian.