

## **ABSTRAK**

Penelitian ini berjudul pengaruh pengiklanan dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat online traveloka pada masyarakat Kota Kupang. Rumusan masalah yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh pengiklanan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat online traveloka ,Apakah ada pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat online traveloka pada masyarakat kota kupang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pengiklanan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat online traveloka pada masyarakat kota kupang, Untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian tiket pesawat online traveloka pada masyarakat kota kupang.

Penentuan populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat Kota Kupang yang pernah atau biasa membeli tiket pesawat di Traveloka. Kemudian karena populasi tidak diketahui, maka penentuan sampel menggunakan rumus rasio proporsional menghasilkan 96 orang jumlah responden masyarakat Kota Kupang yang biasa atau pernah membeli tiket pesawat di traveloka. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner. Sedangkan teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, Uji parsial (uji t), Uji simultan(Uji F), dan koefisien determinasi ( $R^2$  ). Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel pengiklanan diatas , nilai indeks setiap indikator berkisar antara 85,8-88,4. Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 261,9 dan nilai rata-rata indeks untuk variabel pengiklanan yaitu sebesar 87,3 berada dalam kategori tinggi.

Berdasarkan nilai indeks jawaban responden variabel kualitas layanan diatas,nilai indeks setiap indikator berkisar antara 74,9-84,4 Dengan demikian jumlah dari seluruh indeks yaitu 413,1 dan nilai rata-rata indeks yaitu 82,6 berada dalam kategori tinggi. Berdasarkan hasil persamaan regresi linear berganda  $Y = 31,827 + 0,391 X_1 + 0,261 X_2$ . Diketahui konstan regresi sebesar 31,821 koefisien regresi  $b_1 = 0,391$   $X_1$  koefisien regresi  $b_2 = 0,261$   $X_2$ . Nilai konstan sebesar 31,821 artinya jika nilai pengiklanan ( $X_1$ ) dan kualitas layanan ( $X_2$ ) sama dengan nol, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) memiliki nilai sebesar 31,821 satuan. Koefisien regresi ( $b_1$ ) sebesar 0,391 artinya jika nilai pengiklanan ( $X_1$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,391 satuan. Koefisien regresi bernilai positif artinya terdapat pengaruh positif pengiklanan ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian ( $Y$ ). Koefisien regresi ( $b_2$ ) sebesar 0,261 artinya jika kualitas layanan ( $X_2$ ) mengalami kenaikan sebesar satu satuan, maka keputusan pembelian ( $Y$ ) akan meningkat sebesar 0,261 satuan. Koefisien regresi bernilai positif, artinya terdapat pengaruh positif kualitas layanan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan pembelian Tiket pesawat online Traveloka pada masyarakat Kota Kupang ( $Y$ ).

**Kata Kunci: Pengiklanan dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian**