

**PENGARUH IKLAN DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT SECARA *ONLINE* PADA  
*E-COMMERCE* TRAVELOKA**

**SKRIPSI**

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai  
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

**Reynaldi Agung Prasetyo**  
**2018106160311099**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  
2025**

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH IKLAN DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT SECARA ONLINE PADA E-COMMERCE TRAVELOKA**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : Reynaldi Agung Prasetyo  
NIM : 201810160311099  
Jurusan : Manajemen

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 24 Juli 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : Dr. M. Jihadi, M.Si.  
Pembimbing II : Dra. Sandra Irawati, M.M.  
Penguji I : Dr. Rahmad Wijaya, S.E., M.M.  
Penguji II : Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

1.   
2.   
3.   
4. 

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,



Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.

Ketua Program Studi,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.

**SKRIPSI**

**PENGARUH IKLAN DAN E-SERVICE QUALITY TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT SECARA ONLINE PADA E-COMMERCE TRAVELOKA**

Oleh :

**Reynaldi Agung Prasetyo**  
201810160311099

Diterima dan disetujui  
pada tanggal 24 Juli 2025



Pembimbing I,

**Dr. M. Jihadi, M.Si.**

Pembimbing II,

**Dra. Sandra Irawati, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

**Prof. Dr. Idah Zuhroh, M.M.**

Ketua Program Studi,

**Dr. Nurul Asfiah, M.M.**

**PERNYATAAN ORISINILITAS**

Yang bertanda tangan dibawah ini, saya:

Nama : Reynaldi Agung Prasetyo

NIM : 2018106160311099

Program Studi : Manajemen

Email : [reynaldip062@gmail.com](mailto:reynaldip062@gmail.com)

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan merupakan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan/sumber acuan dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar pustaka sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya yang sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 24 Juli 2025

Yang membuat Pernyataan



Reynaldi Agung Prasetyo

**PENGARUH IKLAN DAN *E-SERVICE QUALITY* TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN TIKET PESAWAT SECARA *ONLINE*  
PADA *E-COMMERCE* TRAVELOKA**

**Reynaldi Agung Prasetyo<sup>1</sup>, Jihadi<sup>2</sup>, Sandra Irawati<sup>3</sup>**

<sup>1,2,3</sup>Program Studi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Malang, Indonesia  
E-mail yang sesuai: [reynaldip062@gmail.com](mailto:reynaldip062@gmail.com)

**Abstrak**

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui iklan, *e-service quality* dan keputusan pembelian tiket pesawat secara *online*, pengaruh iklan terhadap keputusan pembelian, pengaruh *e-service quality* terhadap keputusan pembelian dan diantara iklan dan *e-service quality* yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *explanatory research*, dengan populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli tiket pesawat secara *online* pada *e-commerce* Traveloka, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan iklan masuk dalam kategori baik, *E-service quality* baik dan keputusan pembelian tiket pesawat secara *online* pada *e-commerce* Traveloka mantap/yakin. Iklan berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara *online* pada *e-commerce* Traveloka. *E-service quality* berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara *online* pada *e-commerce* Traveloka dan *e-service quality* paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian tiket pesawat secara *online* pada *e-commerce* Traveloka.

**Kata Kunci: Iklan, *E-Service Quality* dan Keputusan Pembelian**

# THE INFLUENCE OF ADVERTISING AND E-SERVICE QUALITY ON PURCHASING DECISIONS FOR ONLINE FLIGHT TICKETS ON E-COMMERCE TRAVELOKA

Reynaldi Agung Prasetyo<sup>1</sup>, Jihadi<sup>2</sup>, Sandra Irawati<sup>3</sup>

<sup>123</sup> Management Study Program, Faculty of Economics and Business, University of Muhammadiyah Malang, Indonesia

E-mail yang sesuai: [reynaldip062@gmail.com](mailto:reynaldip062@gmail.com)

## Abstract

*The purpose of this study is to determine advertising, e-service quality and online flight ticket purchase decisions, the influence of advertising on purchasing decisions, the influence of e-service quality on purchasing decisions and between advertising and e-service quality which has the most influence on purchasing decisions. The type of research used in this study is explanatory research, with the population used in this study being consumers who buy flight tickets online on the Traveloka e-commerce, with a sample size of 100 respondents. The data analysis technique uses multiple linear regression analysis. The results of the analysis show that advertising is in the good category, good e-service quality and the decision to purchase flight tickets online on the Traveloka e-commerce is steady/confident. Advertising has an effect on the decision to purchase flight tickets online on the Traveloka e-commerce. E-service quality has an effect on the decision to purchase flight tickets online on the Traveloka e-commerce and e-service quality has the most influence on the decision to purchase flight tickets online on the Traveloka e-commerce.*

*Keywords: Advertising, E-Service Quality and Purchase Decisions*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Alhamdulillah puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah SWT, karena atas limpahan rahmat dan karunia-nya saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Iklan dan *E-Service Quality* terhadap Keputusan Pembelian tiket pesawat secara online pada *E-Commerce Traveloka*” ini sesuai waktu yang telah ditentukan. Shalawat serta salam tetap tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW yang telah membawa ajaran tauhid dan keutamaan budi pekerti.

Selama proses penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ungkapan syukur, dalam kesempatan ini saya ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan dukungan dan arahan dalam pengembangan ilmu pengetahuan.
2. Prof. Dr. Idah Zuhroh., M. M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang telah memberikan kesempatan untuk menempuh perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis.
3. Dr. Nurul Asfiah M.M selaku Ketua Jurusan Manajemen yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menempuh perkuliahan di Jurusan Manajemen.
4. Dr. Muhammad Jihadi, M.Si selaku dosen pembimbing dan selaku dosen wali Manajemen B Angkatan 2018 yang telah memberikan waktu bimbingan serta dorongan sekaligus dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Dra. Sandra Irawati M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, bimbingan, arahan dan juga dorongan motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Musahdi S.H. dan Ibu Wahida selaku orang tua, dan seluruh keluarga yang telah mendukung tiada hentinya serta memotivasi selama masa perkuliahan ini.

7. Para sahabat terbaik, Ulfriandi Setiawan, Batara Alwi, Ramdani Iqraman, Armando Dwiky Pengestu dan Samsul Hadi dan seluruh kawan-kawan yang selalu ada dan setia mendengarkan keluh kesah serta selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
8. Teman-teman sahabat surga, yang telah mendukung satu sama lain dan saling menguatkan satu sama lain.
9. Seluruh rekan seperjuangan 2018, terkhusus Manajemen B yang telah menemani serta memberikan kenangan selama perkuliahan ini.

Kepada mereka semua hanya ungkapan terima kasih dan do'a tulus yang dapat saya persembahkan, semoga Allah SWT membalas segala kebaikan semuanya aamiin. Akhirnya dengan segala keterbatasan dan kekurangannya, penulis persembahkan karya tulis ini. Penulis menyadari bahwa masih jauh dari sempurna. Semoga apa yang disajikan dalam karya tulis ini dapat bermanfaat bagi kita semua. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

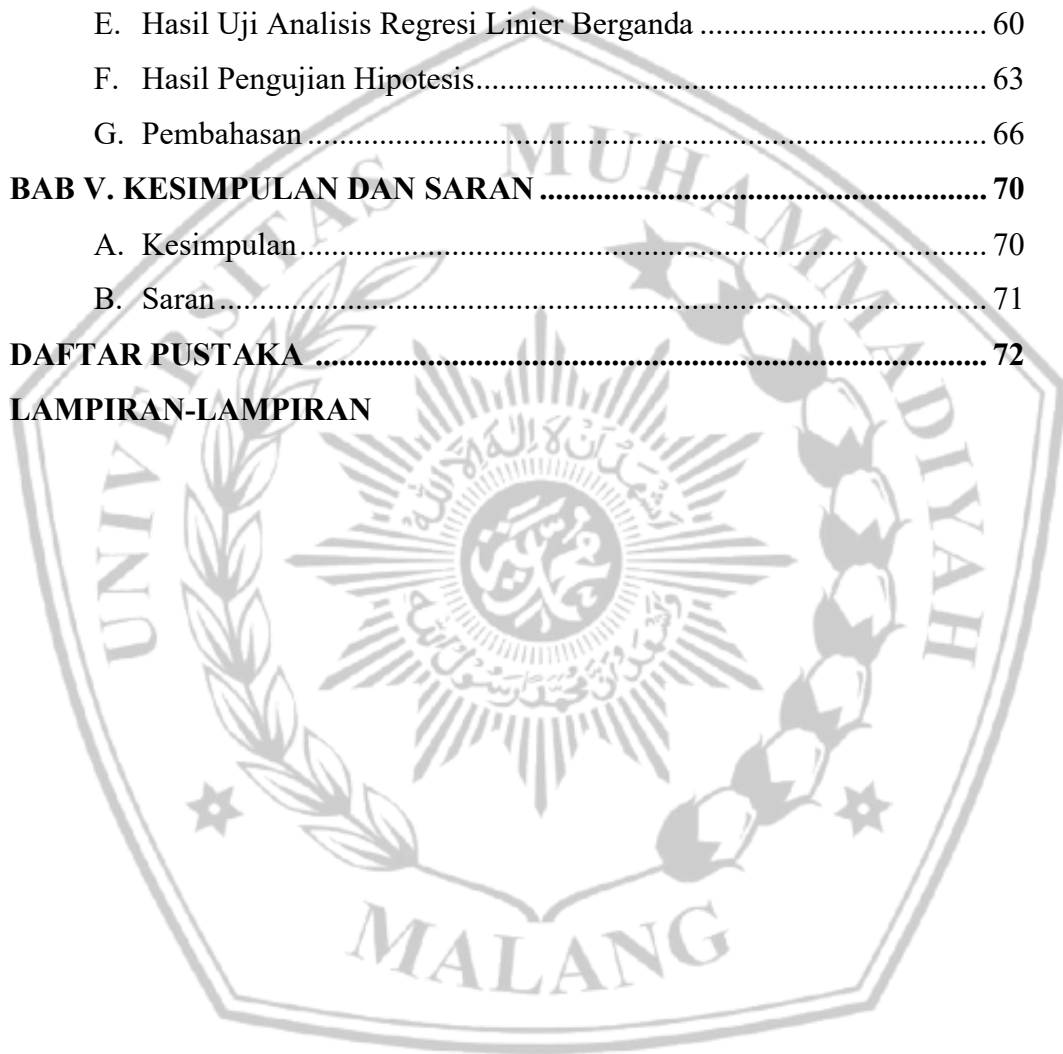
Malang, Juli 2025

**Reynaldi Agung Prasetyo**

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN ORISINILITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABLE.....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xii</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Perumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
A. Penelitian Terdahulu.....	9
B. Tinjauan Pustaka.....	12
1. Keputusan Pembelian .....	12
2. Iklan .....	19
3. <i>E-service quality</i> .....	23
C. Kerangka Pikir Penelitian.....	27
D. Hipotesis .....	28
<b>BAB III. METODE PENELITIAN.....</b>	<b>31</b>
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....	31
C. Definisi Operasional dan Skala Pengukuran .....	32
D. Jenis dan Sumber Data .....	34
E. Teknik Pengumpulan Data .....	35
F. Uji Instrumen Penelitian.....	35
G. Teknik Analisis Data .....	37

<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
A. Karakteristik Responden.....	43
B. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	46
C. Distribusi Jawaban Responden.....	48
D. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	57
E. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda .....	60
F. Hasil Pengujian Hipotesis.....	63
G. Pembahasan .....	66
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran .....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Data Top Brand Index Situs Online Booking Pesawat Tahun 2021-2024 .....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel.....	33
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	34
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	43
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	44
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan Responden.....	45
Tabel 4.4 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan Terakhir .	45
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	47
Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas .....	47
Tabel 4.7 Kriteria Rentang Jawaban Responden .....	49
Tabel 4.8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Iklan .....	49
Tabel 4.9 Distribusi Jawaban Responden Variabel <i>E-service Quality</i> .....	52
Tabel 4.10 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian....	55
Tabel 4.11 Hasil Pengujian Multikolinearitas.....	58
Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas Data.....	59
Tabel 4.13 Rekapitulasi Hasil Analisis Regresi Berganda.....	60
Tabel 4.14 Nilai Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	62
Tabel 4.15 Hasil Uji t .....	63
Tabel 4.16 <i>Standardized Coeficient Beta</i> .....	65

## DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian .....	14
Gambar 4.1 Hasil Pengujian Heterokedastisitas .....	58
Gambar 4.2 <i>Scatter Plot</i> .....	60



## DAFTAR LAMPIRAN

### Lampiran

1. Lembar Kuesioner.....	77
2. Data Penelitian .....	82
3. Hasil Distribusi Jawaban Responden.....	91
4. Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	95
5. Hasil Uji Validitas.....	96
6. Hasil Uji Reliabilitas.....	98
7. Hasil Uji Normalitas Data.....	101
8. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	102



## DAFTAR PUSTAKA

- Afriza, E.F (2019) Analisis Kualitas Produk Dan Layanan Purnajual Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Honda All New Vario 125 Melalui Citra Merek Sebagai Mediator. *Mbia 18(1): 37–48*.
- Anam, M. S., (2021). Pengaruh kualitas produk , harga dan brand image terhadap keputusan pembelian produk hand and body lotion merek citra ( Studi Kasus pada Mahasiswa IAIN Salatiga ). *4(1), 120–136*.
- Andhika, Y. H., & Damayanti, T. W. (2021). Niat Melakukan Pencatatan Akuntansi pada Usaha Kecil Menengah: Pengetahuan Akuntansi ataukah Herding? *Jurnal Ekonomi dan Bisnis, 20(2), 331*.
- Anggraini, R. N. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Shampo Sunsilk Hijab Recharge. *In Jurnal Administrasi Bisnis (Vol. 8, Issue 1)*.
- Ansari, D dan Amanah, D. (2021). Perilaku Belanja Online di Indonesia: Studi Kasus. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI), Vol. 9, No.2*
- Ardiansyah (2022), Pengaruh Kualitas Layanan, Promosi, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online di Marketplace Shopee (Studi Pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman), *Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman Samarinda*
- Arifin, M. Z (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Alfamart Kota Palangka Raya, *Jurnal Al-Qordh, Vol.2. No.2*
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT Raja Grafindo Persada
- Basaruddin (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan, Daya Tarik Promosi, Persepsi Harga Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Pada PT. Bintang Realty Multiland, *Manajemen Kreatif Jurnal, Vol.1 No.1*
- Boediono, M. (2018), Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sealantwax, *Jurnal Performa, Vol.3 No.1*
- Diarta, I. K. S., Lestari, P. W., & Dewi, I. A. P. C. (2021) Strategi Branding dalam Promosi Penjualan Produk Pertanian Olahan PT. Hatten Bali untuk Pasar Pariwisata Indonesia. *Jurnal Manajemen Agribisnis (Journal Of Agribusiness Management), 4(2)*.

- Durianto, Darmadi, Sugiarto, Sitingjak & Tony (2017), *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Ekawati, Y. (2022), Pengaruh Ekuitas Merek, Endorser Selebriti dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Produk Skincare Ms Glow, Bandung Conference Series: *Business and Managemen*, Vol. 2 No. 2 (2022), Hal: 1349-1354
- Enril, C.F & Nugraheni,R. (2013), Analisi Pengaruh Presepsi Harga, Presepsi Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Pembelian, *Journal of Management*, Vol. 2, No. 2
- Fitriana, Sudodo, Y & Hakim, L. (2019), Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Oriflame, *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan*, 10(2), 99–111
- Ganarsih, R.L (2022), Analisis E-Wom, Online Shopping Experience Dan Trust Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen E-Commerce Shopee Pada Mahasiswa Pascasarjana Universitas Riau, *Jurnal Tepak Manajemen Bisnis*, Vol. XI. No. 2. April 201
- Ghozali, (2014). *Aplikasi analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP , Semarang
- Hardani, A. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Badan Penerbit UNDIP , Semarang
- Abdul, D., & Nasution, M. Awin, B. (2019). Analisis Pengaruh Kepercayaan, Keamanan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Online Shop Lazada SNK © 2019 Published by UMSU (Studi Kasus Pada Mahasiswa/i FEB UMSU). *Jurnal Kewirausahaan*, 1(1), 128–137.
- Ismawati, A. (2020), Pengaruh Kualitas Informasi dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Pada Shopee, *Prisma (Platform Riset Mahasiswa Akuntansi) Volume 01 Nomor 06 Tahun 2020 (Hal: 51-62)*
- Jackson, T, & Arie (2021), Pengaruh Daya Tarik Iklan, Potongan Harga Terhadap Minat Beli Dan Keputusan Penggunaan Aplikasi Belanja Shopee (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Sam Ratulangi Manado), *Jurnal EMBA Vol.9 No.3 Juli 2021*, Hal. 1402 – 1412
- Jacob, A.A., Lopian, S.L. H.V.J., Mandagie, Y. (2018). Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Chitato Chips Pada Mahasiswa Feb Unsrat. *Jurnal EMBA Unsrat. Vol 6, No 2. Hal. 988 – 997*

- Kambali, I. (2020), Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus di Billionaire Store Bandung), *Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol.10 No.1*
- Karundeng (2021) Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Indomaret Point Kawasan Megamas Saat Pandemi Covid-19, *Jurnal Emba, Vol.9 No.4*
- Kotler, P & Amstrong. (2018). *Prinsip-prinsip Marketing* Edisi Ke Tujuh. Penerbit Salemba Empat. Jakarta.
- Kotler, P & Kevin L.K.(2016). *Manajemen Pemasaran* edisi 12 Jilid 1 & 2.Jakarta: PT. Indeks.
- Kusumawardani, N., Putra, S. S., & Digidowiseiso, K. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Daya Tarik Iklan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Percetakan (Digital Printing) Di UPRINT.ID. *Management Studies and Entrepreneurship Journal (MSEJ)*, 4(6), 8818–8825.
- Lubis (2017), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada PT. Lovely Holidays Tour And Travel Cabang Pematangsiantar, *Jurnal Maker Issn : 2502-4434 Vol. 3, No. 1, Juni 2017*.
- Lupiyoadi,R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat
- Maslakhah (2017), Pengaruh Kemasan dan Daya Tarik Iklan Terhadap Citra Merek Serta Prefrensi Merek Di Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian(Studi pada Mahasiswa/i Undip Konsumen AQUA), *iponegoro Journal of Management, vol. 6, no. 4, pp. 397-411*
- Moenir. (2015). *Manajemen Pelayanan Umum di Indoensia*. Jakarta.PT:BumiAkasara
- Moriarty, S, dkk. 2011. *Advertising*. Jakarta: KENCANA
- Mukti (2021), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kirani Coffee, *Jurnal Bina Manajemen, Vol.10 No.1*
- Mulyapradana, A., & Atik, L.I (2018). Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten Tegal. *Jurnal Institusi Politeknik Ganesha Meda (Juripol). Vol.1 Nomor Februari 2018*
- Munalifah (2021), Pengaruh Iklan, Harga dan E-Service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Kereta Api Berbasis Online Pada Pengguna KAI

Access Di Kota Lumajang, *Jobman: Journal of Organization and Bussines Management, Vol.4 (3)*

- Nasution, I.F.S, (2021), Analisis pelayanan pusat kesehatan masyarakat (puskesmas), *Jurnal Ekonomi dan manajemen, Vol.18.No.4*
- Noviasari (2017), Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Ponsel Merk Samsung Pada Sawerigading Rogojampi Banyuwangi, *Jurnal Ilmiah PROGRESSIF, Vol.14 No.40 April 2017*
- Nuraeni & Hidayat (2022) SMEs Halal Culinary Strategy During The Pandemic Era In South Tangerang, *Jurnal Manajemen/Volume XXVI, No. 02, June 2022: 351-367*
- Pamungkas, A.B (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Tiket Pesawat Online Di Traveloka (Studi pada Pengguna Traveloka Klaten), *skripsi thesis, UIN Surakarta.*
- Pangastuti, J., Sudjiono, S., & Prastiti, E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Counter Wardah Di Borobudur Kediri. *JIMEK : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi, 2(1), 69*
- Patmala, H. S., & Fatihah, D. C. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Ukmmart Kartikawidya Utama. *JIMEA Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, Dan Akuntansi), 5(3), 1154–1170.*
- Prihatini, C. W., dan M. Edwar. (2016). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Warung Ikan Bakar Seafood Genteng Besar. *E-Journal Universitas Negeri Surabaya.*
- Puspitasari, A, & Kurniani (2017) Analisis Pengaruh Harga, Keunggulan Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Fumigasi (Studi Kasus Pt. Sucofindo Cabang Semarang), *Jurnal JOBS, Vol. 3, No.1, Oct 2017. ISSN:2461-0704,eISSN: 2467-8790*
- Putri, N.A, Syuryatman, D, Jeri,L.A & Sannia, R. (2024). Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online pada Situs Tiket.com di Sumatera Barat. *EKONOMIKA45: Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi Bisnis, Kewirausahaan, 11(2), 1099–1110.*
- Rachman, & Suryoko, S. (2017) "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Rumah Makan Wajan

- Mas Kudus)," *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, vol. 6, no. 4, pp. 136-143, Aug. 2017
- Rachmaningtyas, P., & Suriyanto, M. A. . (2022). Pengaruh Celebrity Endorser, Daya Tarik Iklan, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekobistek*, 11(4), 389–396.
- Sinambela. L.P. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Graha Ilmu: Jakarta
- Sitanggang, H. (2014), Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepercayaan terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat pada Bisnis Online PT. MMBC Tur dan Travel, *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie Vol 2, No 04*.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Susanto (2021), Pengaruh Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo Di Tangerang Selatan, *Jabe Vol.7 No.4*
- Tampi (2016), Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya Adicipta Wisesa, *Jurnal EMBA Vol.4 No.1 Maret 2016, hal. 990-999*
- Tjiptono, F. (2018). *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta: ANDI.
- Utama (2020), Peran Daya Tarik Iklan, Kualitas Produk, dan Harga Dalam Memengaruhi Keputusan Pembelian Pembersih Wajah, *Jurnal Ilmu Manajemen (JIM) Volume 7 Nomor 1, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Surabaya*
- Widyana, N.S (2020), Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian, Manager, *Jurnal Ilmu Manajemen, Vol. 2, No. 1, Maret 2019, Hal. 91 – 102*
- Yamit, Z. (2010). *Manajemen Kualitas Produk & Jasa* (Vol. Edisi Pertama). Yogyakarta: Ekonisia.

Tanggal : 30/6/2025

Kode : 2708120924

Nama : Reynaldi Agung Prasetyo

NIM : 201810160311099

Prodi : Manajemen

Judul Penelitian : Pengaruh Iklan dan E-service Quality Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Pesawat Secara Online Pada E - Commerce Traveloka.

Persentase Plagiasi : **12%**

Keterangan : **LULUS**

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M