

---

## ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERMINTAAN TIKET PESAWAT SECARA *ONLINE*

Mutiya Oktariani <sup>1)</sup> \*, Rizki Zulfickar <sup>2)</sup>

<sup>1,2</sup> Program Studi Pendidikan Ekonomi, Sekolah Pascasarjana, Universitas Pendidikan Indonesia. Dr. Setia Budhi No. 229, Bandung 40154, Indonesia.

\*E-mail: <sup>1</sup>mutiyaoktariani@upi.edu, <sup>2</sup>rizkizul@upi.edu

### Abstrak

Penelitian ini diadakan untuk menentukan faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tiket pesawat secara *online* yang memakai *Aplikasi Traveloka* dan *tiket.com*, serta jumlah elastisitas permintaan untuk faktor-faktor tersebut. Dengan menggunakan responden sebanyak 34 orang yang menggunakan kedua aplikasi tersebut, kemudian penelitian dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil menetapkan bahwa variabel harga pada kedua aplikasi, pendapatan konsumen, dan rekomendasi berpengaruh terhadap permintaan tiket pesawat secara *online*. Hasil elastisitas harga tiket pesawat *online* bersifat elastis untuk *Aplikasi Traveloka*, sedangkan harga tiket pada aplikasi *tiket.com* bersifat inelastis.

**Kata kunci:** Permintaan, Elastisitas Permintaan, Tiket Pesawat Terbang

### Abstract

*The purpose of this study is to determine the effect of airfares using Traveloka and tiket.com apps, consumer income, and the population of online flight ticket requests as well as the amount of demand elasticity to these factors. Result of price elasticity of online flight ticket request is inelastic for Traveloka application, while the ticket price in tiket.com application is elastic. The result of cross elasticity indicates that online flight ticket requests using Traveloka app are very responsive to price changes with negative coefficient values. This explains that online flight ticket requests using this tiket.com app are complementary or complementary to online flight tickets. The elasticity of the online flight ticket request to the income is elastic and positive, which means that the request for a flight ticket using the Traveloka application is normal. Request using Traveloka app is also very responsive to population change.*

**Keywords:** Demand, Airplane, Ticket, Demand Elasticity

---

*Article History:* Received 11 Jan 2020    Accepted 25 May 2020    Published 23 Jun 2020

## PENDAHULUAN

Banyaknya perusahaan agen travel konvensional yang gulung tikar, dapat dilihat dari kurangnya perusahaan yang menggunakan teknologi sebagai alat dalam memasarkan produk dan melakukan penjualan tiket secara *online* (Restuti, S., & Musfar, T. F., 2014). Namun pada beberapa sektor usaha perkembangan berbagai jenis usaha justru mengalami peningkatan yang disebabkan oleh berkembangnya teknologi internet (Lupiyoadi, R., 2014). Dengan semakin majunya teknologi internet, maka dapat dilihat pada akhir-akhir ini hampir semua bisnis menggunakan media teknologi internet karena merupakan salah satu media andalan untuk melakukan komunikasi dan pemasaran dalam bisnis (Hadi, I. P., 2010; Basu, A., 2019; Nižetić, S., Djilali, N., Papadopoulos, A., & Rodrigues, J. J. P. C., 2019). Teknologi internet merupakan salah satu media yang banyak digunakan untuk memasarkan produknya, termasuk oleh perusahaan agen penjualan tiket pesawat (Shon, Z.-Y., Chen, F.-Y., & Chang, Y.-H., 2003; Buhalis, D., 2004; Díaz, E., & Martín-Consuegra, D. 2016).

Hal ini mulai dilirik oleh agen travel offline dalam melakukan penjualan tiket, semakin merebaknya agen penjualan tiket *online* seperti traveloka, tiket.com, pegipegi.com dan lain sebagainya, membuat konsumen semakin dimanjakan dengan teknologi ini. Berbagai kemudahan yang ditimbulkan akibat bisnis yang dijalankan secara *online* tidak secara otomatis mengakibatkan pembeli membeli produk secara *online* termasuk pembelian tiket pesawat secara *online* (Saragih, H., & Ramdhany, R., 2012; Nugraha, B., 2016; Sitorus, P. P., Keke, Y., & Sitorus, M. R., 2018). Harga yang dikenakan atau harga tiket pesawat yang dijual secara *online*

tentunya akan dibandingkan oleh calon pembeli dengan harga yang dijual langsung ditravel, walaupun calon pembeli sering juga mempertimbangkan biaya ongkos dan waktu untuk memperoleh tiket yang dijual di travel (Duari, I. P. H. H., 2018; Sitorus, P. P., Keke, Y., & Sitorus, M. R., 2018). Internet merupakan alat yang paling utama dalam bisnis *online* termasuk bisnis tiket *online* dan calon pembeli. Harus mahir dan nyaman menggunakan internet, calon pembeli yang tidak nyaman menggunakan internet tentunya tidak akan mau membeli tiket pesawat secara *online* (Fauzia, R. N., 2018).

Dari pembahasan latar belakang yang disajikan di atas, sehingga dilakukan riset judul “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Permintaan Tiket Pesawat Secara *Online*” dengan studi kasus pada penumpang perusahaan pesawat domestik dari Pulau Jawa dan Sumatera. Keputusan membeli satu produk seperti tiket pesawat tentunya timbul oleh sejumlah proses, dan keputusan tersebut juga tentunya didorong atau dipengaruhi oleh banyak faktor beberapa diantaranya adalah harga, harga tiket pesawat yang dijual secara *online* tentunya akan mempengaruhi keputusan membeli tiket secara *online*, dalam melakukan transaksi secara *online* maka penggunaan internet merupakan suatu keharusan sehingga kemudahan penggunaan dalam menggunakan internet akan mempengaruhi keputusan membeli tiket pesawat domestik secara *online*. Berdasarkan hasil penelitian (Restuti, S., & Musfar, T. F., 2014), fenomena pada penelitian ini yakni harga tiket pesawat berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, kemudahan penggunaan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap kepercayaan, harga tiket

pesawat berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat domestik secara *online*, kenyamanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat domestik secara *online*, kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian tiket pesawat domestik secara *online*.

Penelitian ini diadakan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tiket pesawat melalui harga tiket pada aplikasi traveloka, harga tiket pada aplikasi tiket.com, berdasarkan tingkat pendapatan konsumen, dan rekomendasi serta mengenali besarnya elastisitas dari perubahan faktor-faktor itu terhadap perubahan permintaan tiket pesawat *online*.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi aspek praktis maupun teoretis. Untuk aspek teoretis penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan mengenai respon masyarakat di Indonesia terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pembelian tiket pesawat pada aplikasi *online*. Adapun aspek praktis dari penelitian dapat digunakan sebagai masukan untuk penyedia aplikasi *online* agar lebih mengembangkan fitur dan memperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhi masyarakat dalam membeli tiket pesawat secara *online*.

## LANDASAN TEORI

Besar dan kecilnya pergeseran jumlah permintaan dideterminasi oleh bagaimana terjadinya perubahan harga. Sehingga menjadi berlaku perbandingan terbalik antara harga terhadap permintaan serta berbanding lurus dengan penawaran. Sehingga perbandingan terbalik antara harga terhadap permintaan dikatakan sebagai hukum permintaan (Futong, 2003:32-33). Teori permintaan memperjelas karakter dari

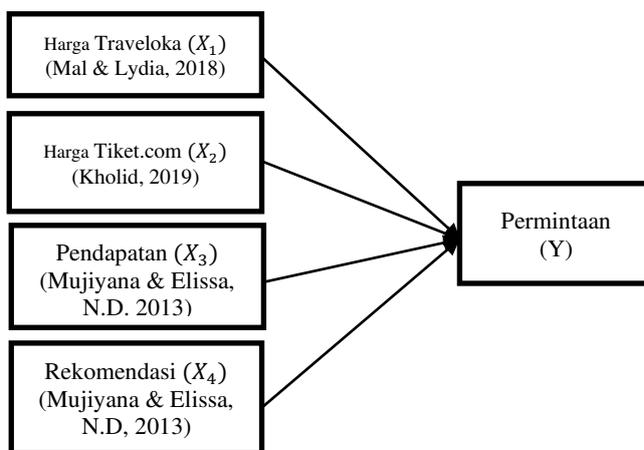
jumlah permintaan dari pembeli barang atau jasa serta merepresentasikan hubungan antara jumlah yang diminta dan harga (Sugiarto, 2000:34; Huwel, S. F., & Saepudin, H. T., 2018; Sholeha, S. H., Saroh, S., & Zunaida, D., 2019). Pada intinya permintaan merupakan kuantitas sesuatu benda ataupun jasa dimana konsumen bersedia membayar pada bermacam alternatif harga (Soeharno, 2007:13). Permintaan pada transportasi merupakan besarnya jumlah jasa transportasi yang diperlukan untuk memobilisasi manusia ataupun benda dari sesuatu tempat ke tempat yang lain (Simbolon, 2003:40; Mohamad Darayi, Kash Barker, Charles D. Nicholson., 2018; Chang, Z., Chen, J., Li, W., & Li, X., 2019).

Hukum permintaan melaporkan jika jumlah barang atau jasa yang diminta dalam suatu rentang waktu tertentu berganti berlawanan dengan harganya, jika hal lain dianggap tetap (Samuelson, 1998; Kurniawansyah, A. D., 2019). Sehingga dengan harga yang semakin tinggi semakin kecil jumlah barang atau jasa yang diminta atau sebaliknya dengan harga yang semakin kecil maka jumlah barang atau jasa tersebut akan semakin tinggi permintaannya (Taufiq, T., Hasid, Z., & Noor, A., 2019).

Adapun faktor permintaan selain harga menurut McEachern (2000), adalah sebagai berikut: harga barang-barang yang berkaitan, barang substitusi dan komplementer. Substitusi dan komplementer didefinisikan sebagai hal bagaimana perubahan harga suatu komoditas mempengaruhi permintaan akan barang yang berhubungan. Jika barang X dan Y merupakan barang substitusi maka ketika harga barang Y turun, sedangkan harga barang X tetap konsumen akan membeli barang X lebih banyak sehingga kurva permintaan akan bergeser ke kiri. Jika

barang X dan Y merupakan barang komplementer maka berlaku sebaliknya, di mana penurunan harga barang Y akan menaikkan permintaan barang X dan kenaikan harga barang Y akan menurunkan permintaan barang X. pendapatan konsumen, biasanya kenaikan dalam pendapatan akan mengarah pada kenaikan dalam permintaan. Hal tersebut berarti bahwa kurva permintaan telah bergeser ke kanan menunjukkan kuantitas yang diminta yang lebih besar pada setiap tingkat harga.

Hipotesis yang akan diajukan dalam kajian ini menggambarkan pengaruh yang positif dan signifikan antara kemampuan berpikir lancar, kemampuan berpikir luwes, kemampuan berpikir orisinil, dan kemampuan memerinci terhadap kemampuan berpikir kreatif. Paradigma penelitian sebagai berikut:



Gambar 1. Paradigma Penelitian

**METODE**

Survei merupakan metode yang digunakan dalam riset ini serta menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan informasi (Sugiyono, 2016). Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebanyak 34 responden. Responden diambil menggunakan pertimbangan berupa orang-orang yang menggunakan aplikasi *online*

dalam pembelian tiket. Hipotesis dari penelitian ini, yaitu:

1. Apakah harga tiket pada aplikasi traveloka, dan aplikasi tiket.com, pendapatan dan rekomendasi berpengaruh terhadap permintaan tiket pesawat *online*.
2. Nilai elastisitas harga > 1, nilai elastisitas silang negatif, dan nilai elastisitas pendapatan positif.

Analisis regresi linier berganda dipakai untuk mengetahui pengaruh variabel harga pada aplikasi traveloka (X<sub>1</sub>), harga pada aplikasi *tiket.com* (X<sub>2</sub>), pendapatan konsumen (X<sub>3</sub>), dan rekomendasi (X<sub>4</sub>) terhadap permintaan tiket pesawat *online*. Model persamaan regresi dalam penelitian ini dapat dilihat sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

**Keterangan:**

- Y : Permintaan Tiket Pesawat *Online*
- A : Konstanta
- b<sub>1</sub>, b<sub>2</sub>, b<sub>3</sub>, b<sub>4</sub>: Koefisien regresi
- X<sub>1</sub> : Harga tiket pada aplikasi Traveloka (Rp/unit)
- X<sub>2</sub> : Harga tiket pada aplikasi Tiket.com (Rp/unit)
- X<sub>3</sub> : Pendapatan Konsumen (Rp/bulan)
- X<sub>4</sub> : Rekomendasi
- e : Batas kesalahan

Analisis data didahului dengan melaksanakan uji normalitas serta uji asumsi klasik. Lewat uji normalitas data dilakukan memakai uji Kolmogorov-Smirnov dengan nilai P-value ≥ 0.05 (Nasution, 2009). Kemudian dilakukan Uji-F, Uji-t, dan koefisien determinasi.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil**

Berdasarkan hasil perhitungan dapat dibentuk persamaan permintaan tiket pesawat *online*, yaitu:

$$\ln JP = -119,0958 - 5,35978 \ln HKAI - 1,750148 \ln HT + 5,981892 \ln PPK + 4,227009 \ln PP - 0,757940$$

$$R^2 = 0,853957$$

$$F = 10,52513$$

$$DW = 2,404047$$

Besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) berdasarkan persamaan tersebut, yaitu 0,8539, hal ini berarti 85,39% variasi perubahan pada variabel terikat permintaan tiket pesawat *online* dijelaskan oleh harga tiket, pendapatan konsumen, dan rekomendasi. Kemudian untuk sisanya 14,61% diterangkan oleh variabel lainnya diluar penelitian ini seperti promosi dan kepercayaan terhadap aplikasi.

Bersumber dari perhitungan uji t-statistik pada taraf keyakinan 95% ( $\alpha = 0,05$ ), maka dapat dijelaskan pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel tidak bebasnya sebagai berikut:

1. Harga tiket pesawat *online* pada aplikasi traveloka memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan tiket pesawat *online*, karena t-hitung (-1.872922) > t-tabel (-1.83311) sehingga  $H_0$  ditolak.
2. Harga tiket pesawat *online* pada aplikasi tiket.com memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan tiket pesawat *online*, karena t-hitung (-3.89176) > t-tabel (-1.83311) sehingga  $H_0$  ditolak.
3. Pendapatan konsumen memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan tiket pesawat *online*, karena t-hitung (2.074252) > t-tabel (1.83311) sehingga  $H_0$  ditolak.
4. Rekomendasi memiliki pengaruh yang signifikan terhadap permintaan tiket pesawat *online*, karena t-hitung (3.176440) > t-tabel (1.83311) sehingga  $H_0$  ditolak.

## Pembahasan

### 1. Pengaruh Harga Tiket Pesawat *Online* Menggunakan Aplikasi Traveloka Terhadap Permintaan Tiket Pesawat *Online*

Hasil estimasi model didapat bahwa harga tiket pesawat *online* pada aplikasi traveloka secara signifikan dan negatif berpengaruh terhadap permintaan tiket pesawat *online* (Rahmadhani, 2017). Diperoleh angka sebesar -5,350 untuk koefisien regresinya, artinya apabila pada aplikasi traveloka berlangsung peningkatan harga tiket sebesar 1% dengan anggapan faktor-faktor lain konsisten, maka akan turun permintaan tiket pesawat *online* sebesar 53,5%.

### 2. Pengaruh Harga Tiket Pesawat *Online* Menggunakan Aplikasi Tiket.com Terhadap Permintaan Tiket Pesawat *Online*

Hasil estimasi model didapat bahwa harga tiket pesawat menggunakan aplikasi tiket.com secara signifikan dan negatif berpengaruh terhadap permintaan (Salsabilla, S., Kholid, M. N., & Maharani, 2019). Diperoleh angka sebesar -1,750 untuk koefisien regresinya, artinya apabila terjadi kenaikan harga tiket pada aplikasi tiket.com sebesar 1% dengan anggapan faktor-faktor lain konsisten, maka permintaan tiket pesawat *online* akan menurun sebesar 17,5%.

### 3. Pengaruh Pendapatan Konsumen Terhadap Permintaan Tiket Pesawat *Online*

Pendapatan konsumen secara signifikan dan negatif berpengaruh terhadap permintaan tiket penerbangan *online* (Mujiyana & Elissa, 2013). Diperoleh angka sebesar 5,981 untuk koefisien regresinya, artinya apabila terjadi kenaikan pendapatan konsumen sebesar 1% dengan anggapan faktor-faktor lain

konsisten, maka permintaan tiket pesawat *online* akan naik sebesar 59,8%.

#### 4. Pengaruh Rekomendasi Terhadap Permintaan Tiket Pesawat *Online*

Rekomendasi secara signifikan dan positif berpengaruh terhadap permintaan tiket pesawat *online* (Mujiyana & Elissa, 2013). Diperoleh angka sebesar 4,227 untuk koefisien regresinya, artinya apabila rekomendasi bertambah sebesar 1% dengan anggapan faktor-faktor lain konsisten, maka permintaan tiket pesawat *online* akan naik sebesar 42,3%.

### SIMPULAN DAN SARAN

#### Simpulan

Bersumber pada hasil estimasi membuktikan terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan tiket pesawat *online* yakni harga tiket pada aplikasi traveloka, harga tiket pada aplikasi tiket.com, tingkatan pendapatan konsumen, dan rekomendasi. Sehingga disimpulkan bahwa faktor-faktor sedemikian itu mempengaruhi permintaan tiket pesawat *online* baik dengan cara parsial ataupun simultan dengan signifikan.

Adapun harga tiket pesawat *online* memakai aplikasi traveloka maupun tiket.com berpengaruh negatif yang artinya menurunnya permintaan tiket pesawat *online* seiring dengan meningkatnya harga-harga tiket pesawat pada kedua aplikasi tersebut. Sedangkan pendapatan konsumen dan rekomendasi berpengaruh positif terhadap permintaan tiket pesawat menggunakan aplikasi traveloka. Hal ini berarti bahwa peningkatan pendapatan konsumen dan rekomendasi akan menaikkan permintaan tiket pesawat *online* menggunakan kedua aplikasi tersebut.

Hasil perhitungan elastisitas harga permintaan tiket pesawat *online* menggunakan aplikasi traveloka bersifat

elastis, namun untuk harga tiket pesawat *online* menggunakan aplikasi tiket.com bersifat inelastis. Hal ini disebabkan karena tiket pesawat *online* menggunakan aplikasi tiket.com bersifat substitusi. Hasil elastisitas silang menunjukkan bahwa permintaan tiket pesawat *online* menggunakan aplikasi traveloka sangat responsif terhadap perubahan harga tiket pada aplikasi tiket.com dengan nilai koefisien yang negatif. Hal ini menjelaskan bahwa permintaan tiket pesawat *online* menggunakan aplikasi tiket.com ini merupakan komplementer atau peengkap bagi permintaan tiket pesawat *online*. Sedangkan peningkatan harga pada aplikasi traveloka itu sendiri tidak terlalu responsif mempengaruhi permintaan tiket pesawat *online* karena memiliki nilai koefisien yang inelastis  $\sum < 1$ . Elastis permintaan tiket pesawat *online* terhadap pendapatan konsumen bersifat elastis dan positif. Hal ini memperlihatkan bahwa permintaan tiket pesawat *online* adalah barang normal. Permintaan pada tiket pesawat *online* juga sangat respon terhadap perubahan rekomendasi yang bersifat elastis dan positif.

#### Saran

Sebaiknya peneliti selanjutnya menambahkan variabel lain dalam penelitiannya sehingga dapat menggambarkan secara spesifik faktor-faktor lain yang mempengaruhi permintaan tiket pesawat secara *online*.

### DAFTAR PUSTAKA

- Basu, A. (2019). *Viability assessment of emerging smart urban para-transit solutions: Case of cab aggregators in Kolkata city, India*. *Journal of Urban Management*. Doi:10.1016/j.jum.2019.01.002

- Buhalis, D. (2004). *E-Airlines: strategic and tactical use of ICTs in the airline industry*. *Information & Management*, 41(7), 805–825. doi:10.1016/j.im.2003.08.015
- Chang, Z., Chen, J., Li, W., & Li, X. (2019). *Public transportation and the spatial inequality of urban park accessibility: New evidence from Hong Kong*. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 76, 111–122. doi:10.1016/j.trd.2019.09.012
- Díaz, E., & Martín-Consuegra, D. (2016). *A latent class segmentation analysis of airlines based on website evaluation*. *Journal of Air Transport Management*, 55, 20–40. doi:10.1016/j.jairtraman.2016.04.007
- Duari, I. P. H. H. (2018). *Tiket Penerbangan Domestik*. Deepublish.
- Fauzia, R. N. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Memengaruhi Penerimaan Social Commerce di Indonesia.
- Futong, Iskandar. (2003). *Ekonomi Mikro & Makro*. Ghalia Indonesia: Jakarta
- Hadi, I. P. (2010). Perkembangan teknologi komunikasi dalam era jurnalistik modern. *Scriptura*, 3(1), 69-84.
- Huwel, S. F., & Saepudin, H. T. (2018). *Faktor–Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Jasa Angkutan Travel Lintas Shuttel Rute Bandung–Jakarta*
- Kurniawansyah, A. D. (2019). *Analisis Permintaan Obyek Wisata Air Terjun Way Lalaan, Kabupaten Tanggamus Dengan Pendekatan Travel Cost Method*.
- Mohamad Darayi, Kash Barker, Charles D. Nicholson. (2018). A Multi-Industry Economic Impact Perspective on Adaptive Capacity Planning In a Freight Transportation Network. *International Journal of Production Economics*. Doi: 10.1016/j.ijpe.2018.12.008
- Mujiyana & Elissa, I. (2013). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Via Internet Pada Toko Online. *J@TI Undip*, VIII (3), 143-152
- Nižetić, S., Djilali, N., Papadopoulos, A., & Rodrigues, J. J. P. C. (2019). *Smart technologies for promotion of energy efficiency, utilization of sustainable resources and waste management*. *Journal of Cleaner Production*, 231, 565–591. doi:10.1016/j.jclepro.2019.04.397
- Nugraha, B. (2016). Pelaksanaan E-Marketing Pt. Garuda Indonesia Airlines Dalam Penjualan Tiket Secara Online Melalui Media Sosial.
- Nugroho, J., Setiadi. (2003). *Perilaku Konsumen*. Penerbit PT: Kencana Prenanda.
- Rahmadhani, Triani. (2017). Analisis Permintaan Jasa Angkutan Penumpang Udara Di Bandara Sultan Syarif Kasim II Pekanbaru. *JOM Fekon*, 4(1), 858-869
- Restuti, S., & Musfar, T. F. (2014). Analisis Kepuasan Konsumen atas Kualitas Layanan Electronic Ticketing Dalam Pembelian Tiket Pesawat Di Kota Tanjungpinang. *PEKBIS (Jurnal Pendidikan Ekonomi Dan Bisnis)*, 6(2), 94-104.
- Salsabilla, S., Kholid, M. N., & Maharani, Y. (2019). Aplikasi Pembelian Tiket Pesawat: Memahami Determinan Niat

untuk Melanjutkan Penggunaan. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 9(1), 57-68.

permintaan udang windu. In *Forum Ekonomi* (Vol. 20, No. 1, pp. 46-53.

Saragih, H., & Ramdhany, R. (2012). Pengaruh intensi pelanggan dalam berbelanja online kembali melalui media teknologi informasi forum jual beli (FJB) Kaskus. *Jurnal Sistem Informasi*, 8(2), 100-112.

Sholeha, S. H., Saroh, S., & Zunaida, D. (2019). Analisis Faktor-Faktor Yang Dipertimbangkan Permintaan Penyewaan Jasa Travel (Studi Kasus Pada Sunrise Holiday Tour and Travel Malang). *JIAGABI*, 8(2), 105-112.

Shon, Z.-Y., Chen, F.-Y., & Chang, Y.-H. (2003). *Airline e-commerce: the revolution in ticketing channels. Journal of Air Transport Management*, 9(5), 325–331. Doi: 10.1016/s0969-6997(03)00040-1

Sitorus, P.P., Keke, Y., & Sitorus, M.R. (2018). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan pembelian Tiket Pesawat Pada Online Travel Agent. *Jurnal Manajemen Bisnis Transportasi dan logistik*. 4(2), 141-146.

Soeharno. (2007). *Teori Mikroekonomi*. Andi: Yogyakarta.

Sugiarto, dkk. (2000). *Ekonomi Mikro*. PT.Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta: Bandung.

Sulaiman, Wahid. (2004). *Analisis Regresi Menggunakan SPSS*. Andi: Yogyakarta

Taufiq, T., Hasid, Z., & Noor, A. (2019, January). Pengaruh harga dan pendapatan perkapita terhadap