

**ERA BARU PERILAKU KONSUMEN : PENGARUH KEPERIBADIAN DAN
MOTIVASI TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG
TIKET AKOMODASI PESAWAT DI ERA COVID-19**

TESIS

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Magister Manajemen



**MONA TURISNA NASUTION
2201001003**


**PROGRAM STUDI
MAGISTER MANAJEMEN
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
TAHUN 2022**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tesis ini adalah hasil karya saya sendiri,
dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk
telah saya nyatakan dengan benar.**

Nama : Mona Turisna Nasution

NIM : 2201001003

Tanda Tangan : 

Tanggal : 31 Januari 2022




HALAMAN PENGESAHAN

Tesis ini diajukan oleh :

Nama : Mona Turisna Nasution
Nim : 2201001003
Program Studi : Magister Manajemen
Judul Tesis : **Era Baru Perilaku Konsumen : Pengaruh Kepribadian dan Motivasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Ulang Tiket Akomodasi Pesawat di Era COVID-19.**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen - Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D 
Penguji : Dr. Jerry Heikal, ST, MM 
Penguji : Dr. Lenny Christina Nawangsari, ST., M.M. 

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal : 27 Januari 2022

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tesis ini. Penulisan Tesis ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Manajemen Program Studi Magister Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tesis ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Muchsin Saggaf Shihab, S.E., M.Sc., M.B.A., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini;
2. Para Responden yang telah banyak membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan;
3. Orang tua dan keluarga besar saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
4. Teman-teman yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tesis ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 31 Januari 2022

Mona Turisna Nasution

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mona Turisna Nasution
NIM : 2201001003
Program Studi : Magister Manajemen
Jenis Tesis :

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Era Baru Perilaku Konsumen : Pengaruh Kepribadian dan Motivasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Ulang Tiket Akomodasi Pesawat di Era COVID-19.

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 31 Januari 2022

Yang menyatakan,



(MONA TURISNA NASUTION)

Era Baru Perilaku Konsumen : Pengaruh Kepribadian dan Motivasi Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Ulang Tiket Akomodasi Pesawat di Era COVID-19

Mona Turisna Nasution

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kepribadian dan motivasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian ulang tiket pesawat untuk bepergian disaat pandemi covid-19. Selain itu ingin diuji pula apakah masing-masing kepribadian atau motivasi berpengaruh terhadap pengambilan keputusan pembelian ulang tiket pesawat untuk bepergian disaat pandemi covid-19. Data yang dipergunakan adalah data dari hasil kuesioner yang dilakukan oleh 127 responden, responden ini merupakan responden yang menggunakan akomodasi pesawat minimal satu kali disaat pandemi. Model penelitian adalah kuantitatif dengan mengukur pengaruh masing-masing variabel menggunakan SPSS 21. Analisis yang digunakan dimulai dengan pembentukan portofolio optimal dan dilanjutkan Untuk menguji masing-masing variabel yaitu kepribadian dan motivasi terhadap pengambilan keputusan bepergian digunakan uji t, sedang untuk menguji pengaruh secara bersama-sama menggunakan uji f. Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa kepribadian berpengaruh namun tidak signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian ulang tiket pesawat, hal ini didasari oleh perbedaan sudut pandang dan individual different yang dimiliki. Sedangkan motivasi berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian ulang tiket pesawat, berdasarkan penelitian hal ini dipengaruhi besar oleh keterlibatan media. Secara bersama-sama berdasarkan penelitian, kepribadian dan motivasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian ulang tiket pesawat untuk bepergian disaat pandemi covid-19.

Kata kunci: kepribadian, motivasi, pengambilan keputusan

A New Era of Consumer Behavior: Influence of Personality and Motivation on Decision Making to Purchase Airplane Accommodation Tickets in the Era of COVID-19

Mona Turisna Nasution

ABSTRACT

This study aims to determine whether personality and motivation affect the decision to repurchase airline tickets to travel during the covid-19 pandemic. In addition, we also want to test whether each personality or motivation affects the decision to repurchase airline tickets to travel during the covid-19 pandemic. The data used is data from the results of a questionnaire conducted by 127 respondents, these respondents are respondents who use airplane accommodation at least once during a pandemic. The research model is quantitative by measuring the effect of each variable using SPSS 21. The analysis used begins with the formation of an optimal portfolio and continues. To test each variable, namely personality and motivation on travel decision making, the t-test is used, while to test the effect together the same using the f test. The results of the study indicate that personality has an effect but not significantly on the decision to repurchase airline tickets, this is based on the different points of view and individual differences they have. While motivation has a significant effect on decision-making to repurchase airline tickets, based on this research, it is greatly influenced by media involvement. Taken together, based on the research, personality and motivation partially have a significant effect on the decision to re-purchase airline tickets to travel during the covid-19 pandemic.

Keywords: personality, motivation, decision making

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	6
1.3 Rumusan Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Batasan Masalah	8
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS	9
2.1 Kepribadian	9
2.2 Motivasi	13
2.3 Pengambilan Keputusan Bepergian	18
2.4 Penelitian Terdahulu	21
2.5 Pengembangan Hipotesis Penelitian	23
2.6 Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODE PENELITIAN	26
3.1. Jenis/Desain Penelitian	26
3.2. Variabel Penelitian	26
3.2.1. Definisi Konsep	26
3.2.2. Definisi Operasional	27
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	29
3.4. Teknik Pengambilan Sampel	29

3.5. Jenis dan Sumber Data	30
3.6. Teknik Pengumpulan Data	30
3.7. Instrumen Penelitian	30
3.7.1. Uji Validitas	31
3.7.2. Uji Reliabilitas	31
3.7.3. Uji Asumsi Klasik	32
3.7.3.1. Uji Normalitas Data	32
3.7.3.2 Uji Multikolinearitas	32
3.7.3.3 Uji Heteroskedastisitas	33
3.8. Pengujian Hipotesis	33
3.8.1. Uji Parsial (Uji t)	33
3.8.2. Uji Simultan (Uji F)	34
3.8.3. Koefisien Determinasi (R ²)	35
3.8.4. Uji Korelasi antar Dimensi	36
BAB IV HASIL DAN ANALISIS	37
4.1 Analisis Data	38
4.1.1 Profil Responden	38
4.1.2 Deskriptif Hasil Kuesioner	39
4.1.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas	41
4.1.4 Teknik Analisis Data	43
4.1.4.1 Normalitas	43
4.1.4.2 Multikolinearitas	44
4.1.4.3 Heteroskedastisitas	44
4.1.5. Uji Korelasi Antar Variabel	45
4.1.6. Uji Korelasi Antar Dimensi	46
4.1.7 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	48
4.2. Pembahasan	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	55
5.1 Kesimpulan	55
5.2 Saran	56
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Net intent each category business sector	2
Gambar 2.1 Kerangka teori motivasi perlindungan yang ditingkatkan	17
Gambar 2.2 Tahap dalam pengambilan keputusan	19
Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran	25
Gambar 3.1 Skala Penilaian untuk Variabel X dan Y	30
Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas dengan Grafik Normal P-Plot	43
Gambar 4.2 Hasil Uji heteroskedastisitas dengan metode <i>Scatterplot</i>	45

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Hasil Penelitian Awal	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan	21
Tabel 3.1 Variabel dan Definisi Operasional Variabel	27
Tabel 3.2 Matrik Korelasi Dimensi Antar Variabel	37
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	38
Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas 30 Responden	42
Tabel 4.3 Hasil Uji Multikolinearitas	44
Tabel 4.4 Hasil Uji Korelasi Antar Variabel	45
Tabel 4.4 Hasil Uji Korelasi Antar Dimensi	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Regresi Linier Berganda	48