

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KAMAR HOTEL MELALUI
APLIKASI AGODA**

Oleh

Ferina Mutiara, NIM 1917041198

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Riset yang dilakukan pada kali ini dipakai oleh pihak peneliti dalam mengetahui pengaruh yang diberikan oleh kualitas pelayanan dan juga promosi pada keputusan pembelian jasa kamar hotel yang dilakukan melalui Aplikasi Agoda. Dalam kegiatan ini, maka jenis penelitian yang dipergunakan ialah penelitian kuantitatif dengan adanya penggunaan penelitian kausal. Subjek yang memberikan dukungan dalam kegiatan ini ialah pada konsumen yang diketahui sudah mempergunakan atau mememanfaatkannya aplikasi Agoda yang terjadi di kawasan daerah Kabupaten Buleleng. Sementara objek penelitian yang ada di riset ini mencakup kualitas pelayanan (X_1), promosi (X_2) dan juga keputusan pembelian (Y). Populasi yang mendukung kegiatan ini ialah konsumen yang memakai aplikasi Agoda yang ada di kawasan wilayah Kabupaten Buleleng. Pada saat menentukan banyaknya jumlah sampel yang dipakai dalam riset ini, maka pihak peneliti memutuskan memakai *purposive* sampling, sehingga ditemukan data 130 responden. Dalam melakukan proses mencari dan mengumpulkan data memakai kuesioner dengan pengukuran skala *likert* dengan adanya pemakaian analisis regresi linier berganda dengan dukungan SPSS versi 25. Hasil riset ini memperlihatkan bahwa: (1) kualitas pelayanan dan juga promosi dengan bersama-sama menampilkan pengaruhnya dengan hasil signifikan pada keputusan pembelian, (2) kualitas pelayanan menampilkan pengaruhnya dengan hasil positif dan juga signifikan pada keputusan pembelian dan (3) promosi menampilkan pengaruhnya dengan hasil positif dan juga signifikan pada keputusan pembelian.

Kata kunci: keputusan pembelian, kualitas pelayanan, promosi

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA KAMAR HOTEL MELALUI
APLIKASI AGODA**

Oleh

Ferina Mutiara, NIM 1917041198

Jurusan Manajemen

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of service quality and promotions on purchasing decisions for hotel room services through the Agoda Application. The type of research used is quantitative research with a causal research design. The subjects in this research were consumers who used the Agoda application in Buleleng Regency. The object of this research is service quality (X1), promotion (X2) and purchasing decisions (Y). The population in this research are consumers who use the Agoda application in Buleleng Regency. The sampling technique used purposive sampling with the number of samples used in this research being 130 respondents. Data collection uses a questionnaire method with a Likert scale. This research uses data analysis techniques in the form of multiple linear regression analysis using the Statistical Package for The Social Science (SPSS) version 25 program. The results of hypothesis testing use the F test and t test with the results namely: (1) service quality and promotion together (simultaneous) has a significant effect on the decision to purchase hotel room services via the Agoda Application in Buleleng Regency, (2) service quality has a positive and significant effect on the decision to purchase hotel room services via the Agoda Application in Buleleng Regency and (3) promotion has a positive and significant effect on the decision purchasing hotel room services via the Agoda Application in Buleleng Regency.

Keywords : *purchasing decisions, service quality, promotions*