

**PENGARUH *SOCIAL MEDIA MARKETING* DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN WISATAWAN MEMBELI
PAKET WISATA *DOLPHIN TOUR* DI PANTAI LOVINA**

Oleh

I Gede Agus Andika Dananjaya, NIM 2017041147

Jurusan Manajemen

ABSTRAK

Penelitian yang dilaksanakan dalam kesempatan ini telah memiliki tujuan untuk melakukan pengujian pengaruh *social media marketing* dan juga kualitas pelayanan baik yang arahnya secara simultan maupun secara parsial terhadap keputusan pembelian paket wisata *dolphin tour* yang ada di Pantai Lovina. Rancangan penelitian yang dipakai oleh pihak peneliti dalam kegiatan ini berupa penelitian kuantitatif. Dalam proses melakukan penentuan banyaknya jumlah data sampel yang dipakai, maka pihak peneliti memakai teknik pengambilan sampel dengan secara *non-probability sampling* berupa *purposive sampling* dengan berhasil memperoleh jumlah sampel sebanyak 130 orang untuk dijadikan sebagai responden. Instrumen yang dipakai dalam penelitian ini ialah kuesioner dengan penggunaan teknik analisis data dengan memakai metode regresi linier berganda. Hasil dari melakukan serangkaian kegiatan penelitian ini telah berhasil memperlihatkan bahwa (1) *social media marketing* berpengaruh dengan positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian, (2) kualitas pelayanan berpengaruh dengan positif dan juga signifikan terhadap keputusan pembelian. (3) *social media marketing* dan juga kualitas pelayanan berpengaruh dengan arah yang secara simultan terhadap keputusan pembelian dengan berhasil menghasilkan sumbangan pengaruh dengan angka mencapai 61% dan sisanya telah diketahui dipengaruhi oleh variabel lain yang ada di luar penelitian ini.

Kata kunci: *Social Media Marketing*, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

**INFLUENCE SOCIAL MEDIA MARKETING AND QUALITY OF
SERVICE ON TOURISTS' DECISIONS TO PURCHASE TOUR PACKAGES
DOLPHIN TOUR AT LOVINA BEACH**

By

I Gede Agus Andika Dananjaya, NIM 2017041147

Management major

ABSTRACT

The research carried out on this occasion had the aim of testing the effect social media marketing and also the quality of service, both simultaneously and partially towards the decision to purchase a tour package dolphin tour which is on Lovina Beach. The research design used by the researchers in this activity was quantitative research. In the process of determining the amount of sample data to be used, the researcher used a random sampling technique non-probability sampling form purposive sampling successfully obtained a sample size of 130 people to serve as respondents. The instrument used in this research is a questionnaire using data analysis techniques using the multiple linear regression method. The results of carrying out a series of research activities have succeeded in showing that (1) social media marketing has a positive and significant effect on purchasing decisions, (2) service quality has a positive and significant effect on purchasing decisions. (3) social media marketing and also service quality has a simultaneous influence on purchasing decisions, successfully producing an influence contribution with a figure reaching 61% and the remainder is known to be influenced by other variables outside this research.

Keywords: *Social Media Marketing, Service Quality, Purchasing Decisions.*