

ABSTRAK

Ayu Fransiska. 2019. Pengaruh Periklanan Terhadap Minat Beli Kamar Di –Imelda Hotel - *Waterpark– Convention* Padang.

Penelitian ini berawal dari pengamatan penulis pada saat melakukan pengalaman lapangan industri di Imelda hotel waterpark convention padang, penulis menemukan permasalahan dimana promosi melalui media periklanan tidak maksimal, setiap bulan terjadinya naik turunnya tingkat hunian kamar sehingga penulis ingin mengetahui apa yang menyebabkan kurang minat tamu dalam membeli kamar. Penelitian ini bertujuan untuk 1) deskripsikan periklanan di Imelda hotel waterpark convention. 2) mendeskripsikan minat beli di Imelda hotel waterpark convention 3) menganalisis pengaruh periklanan terhadap minat beli di Imelda Hotel-Waterpark-Convention Padang.

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal yang bertujuan untuk melihat Pengaruh periklanan (X) terhadap minat beli kamar (Y) di Imelda Hotel-*Waterpark-Convention* Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah tertarik mencari informasi produk, pernah membeli produk maupun orang yang ingin memiliki produk di Imelda Hotel Waterpark convention. Rata-rata populasi berjumlah 1.005 orang per bulan, sampel diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah 91 orang. Teknik analisis data menggunakan bantuan program komputer SPSS versi 20.00.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka didapatkan hasil sebagai berikut: (1) periklanan berada pada kategori baik (68,1 %), (2) minat beli berada pada kategori baik (58,2%), 3) koefisien determinan diperoleh R Square 0.097 dengan signifikansi 0,003 artinya pengaruh variabel periklanan terhadap minat beli kamar adalah sebesar 9,7%, sedangkan 90,3% dipengaruhi oleh faktor lain. Perolehan koefisien regresi sebesar 0,240 dengan thitung 3.098 pada sig. 0,003 \leq 0,05, artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan periklanan akan meningkat 0,240 satuan minat beli, Berdasarkan hasil penelitian tersebut dapat disimpulkan bahwa periklanan berpengaruh positif terhadap minat beli kamar di Imelda Hotel Waterpark Convention

Kata kunci: periklanan, minat beli, kamar.