

## **ABSTRAK**

### **Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kamar di UNP Hotel & Convention Padang**

**Oleh: Ovrrio Yusmar**

Penelitian ini di latar belakang oleh permasalahan dimana promosi merupakan bagian penting di pemasaran dengan tujuan penelitian melihat pengaruh bauran promosi terhadap keputusan konsumen dalam membeli kamar di UNP Hotel & *Convention* Padang, penelitian ini merupakan penelitian dengan metode asosiatif kausal. Sampel yang digunakan merupakan tamu yang pernah menginap dan sedang menginap di UNP Hotel & *Convention* Padang yaitu berjumlah 88 orang tamu dengan teknik *probability sample*. Teknik pengumpulan data menggunakan cara menyebarkan kuesioner dengan dua puluh lima butir pernyataan, sepuluh butir pernyataan untuk bauran promosi dan lima belas pernyataan untuk keputusan pembelian kamar. Selanjutnya data dideskripsikan serta dilakukan uji persyaratan analisis dan uji hipotesis menggunakan regresi linear sederhana dan koefisien determinasi dengan SPSS versi 22.00. Berdasarkan dari hasil pengujian hipotesis, didapatkan nilai *R Square* dengan angka 0,262 yang artinya pengaruh untuk variabel (X) bauran promosi dan variabel (Y) dimana keputusan pembelian kamar dengan angka 26,2% dan selanjutnya 73,8% dikarenakan faktor lain. Maka didapat koefisien regresi dengan angka 0,928 nilai signifikannya adalah  $0,000 < 0,5$ . Dapat diartikan dalam tingkatan angka 1 satuan bauran promosi mengalami peningkatan 0,928 pada keputusan pembelian kamar. Jadi hipotesisnya adalah  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

**Kata Kunci :Bauran Promosi, Keputusan Pembelian Kamar.**