

ABSTRAK

Liyan Andika Putri, 2022 :“Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kamar di Fahira Hotel Bukittinggi”. Manajemen Perhotelan, Departemen Pariwisata, Fakultas Pariwisata dan Perhotelan, Universitas Negeri Padang

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh kurang adanya kepercayaan dari tamu terhadap fasilitas hotel, kurang stabilnya tingkat hunian kamar, kurangnya efektifnya promosi yang dilakukan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran promosi terhadap keputusan pembelian kamar di Fahira Hotel Bukittinggi. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah bauran promosi sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang memutuskan pembelian di Fahira Hotel Bukittinggi dengan jumlah sampel sebanyak 87 responden yang diambil dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data penelitian menggunakan kuesioner dan googleform dengan menggunakan skala likert yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Hasil uji persyaratan analisis hipotesis menunjukkan bahwa data tergolong normal, homogen, dan linier. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran promosi pada kategori buruk sebesar 35,6%, keputusan pembelian berada pada kategori cukup baik sebesar 34,4%. Berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana diperoleh diperoleh R square sebesar 0,186 dengan nilai sig. 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa bauran promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sebesar 18,6% sedangkan 81,4% dipengaruhi faktor lain. Selain itu, diperoleh nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,431 dengan nilai konstanta (a) sebesar 31,254 Artinya setiap peningkatan sebesar 1 satuan bauran promosi akan meningkat 0,431 satuan keputusan pembelian di Fahira Hotel Bukittinggi.

Keywords: Bauran Promosi, Keputusan Pembelian