

ABSTRAK

Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Traveloka

Eddy Prasetyo Rini 1), Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA 2)

1) Mahasiswa Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

2) Dosen Program Studi Manajemen, Universitas Pembangunan Jaya

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh dalam menentukan keputusan pembelian Masyarakat Tangerang Selatan terhadap penggunaan produk Traveloka. Adapun faktor-faktor yang diikutsertakan dalam penelitian meliputi Harga, dan Promosi. Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode survei, dilakukan dengan penyebaran kuesioner secara daring kepada Masyarakat yang berdomisili di Tangerang Selatan yang pernah melakukan pembelian atau pesanan melalui Traveloka. Peneliti menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan menggunakan metode penelitian regresi. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa variable harga berpengaruh positive dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian, dan pada variable Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: Harga, Promosi, Keputusan Pembelian,
Manajemen Pemasaran.