

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, PROMOSI, DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA
HOTEL GALUH PRAMBANAN**

MUHANA ANDARU PRAYOGA

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

e-mail: prayogahanna@gmail.com

Pembimbing I: Drs. Sudarman, MM.

Pembimbing II: Dwi Hari Laksana, SE, MM.

ABSTRAKSI

Pertumbuhan hotel di Yogyakarta meningkat setiap tahun, hal ini didorong oleh meningkatnya jumlah wisatawan seiring bertambahnya objek wisata di Yogyakarta dan sekitarnya. Akibatnya persaingan untuk memperoleh pelanggan di bidang perhotelan semakin ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, promosi, dan lokasi terhadap keputusan pembelian jasa Hotel Galuh Prambanan. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang datang berkunjung untuk memakai jasa dan fasilitas Hotel Galuh Prambanan. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 140 responden dengan teknik *non-probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi berganda, uji F, dan uji t.

Hasil penelitian menunjukkan Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi secara serentak berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Hotel Galuh Prambanan. Secara parsial Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Jasa Hotel Galuh Prambanan. Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Lokasi memberikan kontribusi secara bersama-sama terhadap Keputusan Pembelian Jasa Hotel Galuh Prambanan sebesar 32,2% sedangkan sisanya sebesar 67,8% dijelaskan oleh variabel-variabel lain di luar model yang tidak dijelaskan oleh penelitian ini.

Kata kunci: kualitas pelayanan, promosi, lokasi, keputusan pembelian jasa