

PENGARUH HARGA DAN IKLAN TELEVISI TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN JASA PEMESANAN HOTEL
SECARA *ONLINE* MELALUI SITUS TRAVELOKA
PADA KONSUMEN DI KOTA YOGYAKARTA

Hardin Wildan Hakim

NPM : 141120015

Mahasiswa Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UPN “Veteran” Yogyakarta

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Harga dan Iklan televisi terhadap Keputusan Pembelian jasa pemesanan hotel secara *online* melalui situs Traveloka pada konsumen di Kota Yogyakarta. Alat analisis yang digunakan yaitu Analisis Regresi Berganda untuk mengetahui pengaruh harga dan iklan televisi secara bersama-sama dan parsial terhadap keputusan pembelian jasa pemesanan hotel secara *online* melalui situs Traveloka pada konsumen di Kota Yogyakarta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Harga dan Iklan televisi secara bersama-sama dan parsial berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian jasa pemesanan hotel secara *online* melalui situs Traveloka pada konsumen di Kota Yogyakarta.

Kata Kunci : Harga, Iklan Televisi, Keputusan Pembelian.