

Pengaruh Kepercayaan, Intensitas Promosi, Kualitas Pelayanan, dan Harga terhadap Minat Beli pada Reza Wisata Tour & Travel

MOCHAMAD REZA SAPTADI

(Pembimbing : Dr. Agus Prayitno,)

Manajemen - S1, FEB, Universitas Dian Nuswantoro

www.dinus.ac.id

Email : 211201102378@mhs.dinus.ac.id

ABSTRAK

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kepercayaan, intensitas promosi, kualitas pelayanan dan harga terhadap minat beli pada Reza Wisata Tour & Travel. Adapun yang dijadikan sebagai populasi adalah seluruh pelanggan. sampel yang diambil dalam penelitian diperoleh sebesar 100. alat analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling yaitu teknik sampling berdasarkan kriteria. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ada pengaruh antara kepercayaan terhadap minat beli, artinya apabila kepercayaan tersebut meningkat maka hal itu akan meningkatkan minat beli ulang. Ada pengaruh antara intensitas promosi terhadap minat beli, artinya apabila intensitas promosi tersebut meningkat maka hal itu akan meningkatkan minat beli. Ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap minat beli, artinya apabila harga tersebut meningkat maka hal itu akan meningkatkan minat beli. Ada pengaruh antara harga terhadap minat beli, artinya apabila harga tersebut meningkat maka hal itu akan meningkatkan minat beli

Kata Kunci : Pengaruh Kepercayaan, Intensitas Promosi, Kualitas Pelayanan Dan Harga dan Minat Beli

The Effect Of Trust, Promotion Intensity, Quality Service and Price On Purchasing At Reza Wisata Tour & Travel

MOCHAMAD REZA SAPTADI

(Lecturer : Dr. Agus Prayitno,)

*Bachelor of Management - S1, Faculty of Economy &
Business, DINUS University*

www.dinus.ac.id

Email : 211201102378@mhs.dinus.ac.id

ABSTRACT

The purpose of this research was to determine the effect of trust, promotion intensity, quality service and price on purchasing decision at Reza Travel Tour & Travel

As for which is used as is the entire customer population. samples taken in the research obtained at 100. The analysis tool used multiple linear regresi. The sampling technique used in this research is purposive sampling is a sampling technique based on the criteria.

The results showed that There is effect among trust on purchasing decision, it means that if the trust has increased and it will increase on purchasing decision . There is effect of the intensity promotion on purchasing decision, it means that if intensity promotion has increases, it will on purchasing decision. There is effect among quality of service on purchasing decision, it means that if the price increases, it will on purchasing decision. There is the effect of price on purchasing decision, it means that if the price increases, it will increase on purchasing decision

Keyword : the effect on trust, promotion intensity, quality service, price and purchasing decision.