

Abstrak

Bisnis tour & travel kini semakin menjanjikan. Travel yang baik tidak akan memiliki citra perusahaan yang buruk. Citra perusahaan ini dapat memperlihatkan kualitas pelayanan yang dirasakan oleh konsumen maupun harga yang sesuai dengan keinginan para konsumen. Tujuan dilakukan penelitian ialah untuk dapat mengetahui pengaruh harga, kualitas pelayanan, dan citra perusahaan terhadap keputusan pembelian. Populasi penelitian didapat dari konsumen JalanJalan.id pada periode bulan Januari 2020 sampai bulan Desember 2020 yaitu sebanyak 240 konsumen, dengan Sampel yang diambil ialah 70 responden. Teknik pengambilan sampel dengan cara *quota sampling* dimana pengambilan sampel ini sesuai dengan ciri peneliti hingga mencapai kuota yang dibutuhkan. Hasil yang telah diperoleh dari uji hipotesis yakni membuktikan bahwa penelitian secara persial dari variabel harga (x_1) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada JalanJalan.id, secara persial dari variabel kualitas pelayanan (x_2) berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada JalanJalan.id, secara persial citra perusahaan (x_3) berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada JalanJalan.id di Gresik.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan, Keputusan Pembelian.

Abstract

The tour and travel business is now increasingly promising. Good travel will not have a bad company image. This company image can show the quality of service that is felt by consumers and the price that is in accordance with the desires of the consumers. The purpose of this research is to determine the effect of price, service quality, and corporate image on purchasing decision. The study population was obtained from JalanJalan.id consumers in the period January 2020 to December 2020, namely as many as 240 consumers, with samples taken were 70 respondents. Sampling by means of quota sampling were the sampling is in accordance with the researchers few to reach the required quota the results obtained and hypothesis testing are proving that the research is partially and the price variable (x_1) has a significant effect on purchasing decision on JalanJalan.id, partially and in variable service quality (x_2) has a significant effect on purchasing decision on JalanJalan.id, partially company image (x_3) has a significant effect on purchasing decision on JalanJalan.id, and simultaneously and variable prices (x_1), service quality variable (x_2), and corporate image variable (x_3) have a significant effect on purchasing on JalanJalan.id in Gresik.

Keywords: Price, Service Quality, Company Image, Purchasing Decision.