ABSTRAK

Nasrillah, Mahaputri Adepradani. 2018. **Skripsi. Pengaruh Harga dan Komunikasi Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Hotel Paseban Sena di Kota Probolinggo.** Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Panca Marga Probolinggo.

Penelitian dilakukan di Hotel Paseban Sena di Kota Probolinggo dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan komunikasi pemasaran terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hotel Paseban Sena.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif, dengan variabel X_1 harga, variabel X_2 komunikasi pemasaran, variabel dan ariabel Y keputusan konsumen. Teknik sampling yang digunakan adalah *non-probability sampling*, yaitu sampling jenuh dengan jumlah sampel 60 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah uji regresi berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: (1) harga berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hotel Paseban Sena di Kota Probolinggo, hal ini dibuktikan dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($6,602 > 2,002$), signifikansi $0,000 < 0,05$; (2) komunikasi pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hotel Paseban Sena di Kota Probolinggo, hal ini dibuktikan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,694 > 2,002$), signifikansi $0,000 < 0,05$; dan (3) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga dan komunikasi pemasaran secara simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa Hotel Paseban Sena di Kota Probolinggo, hal ini dibuktikan dengan nilai $F_{hitung} > F_{table}$ ($87,145 > 3,16$) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Hasil uji R^2 pada penelitian ini diperoleh nilai R^2 sebesar 74,5%, sedangkan sisanya sebesar 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Kata kunci: Harga, Komunikasi Pemasaran dan Keputusan Konsumen.