

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi adanya penurunan penjualan PO Padang Aran dalam kurun waktu 2011-2013. Penurunan penjualan ini dapat dirumuskan bahwa bagaimana konsumen mengambil keputusan pembelian menggunakan PO Padang Aran ditengah fenomena persaingan yang semakin ketat. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian menggunakan bus pariwisata PO Padang Aran.

Penelitian ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan sampel penelitian berjumlah 100 orang dari populasi pengguna bus pariwisata PO Padang Aran. Metode analisis yang digunakan adalah regresi linier berganda. Hasil penelitian mendapatkan bahwa persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 0,338 X_1 + 0,423 X_2 + 0,316 X_3$.

Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Variabel yang paling besar yaitu variabel kualitas pelayanan sebesar 0,423, sedangkan variabel yang paling kecil yaitu variabel promosi sebesar 0,316. Hasil penelitian mendapatkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel dependennya.

Kata kunci: Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Promosi, dan Keputusan Pembelian