

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menguji bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian paket umrah di PT Odifa Jelajah Dunia. Jenis penelitian yang digunakan yaitu penelitian kuantitatif

Jenis penelitian ini menggunakan data yang bersifat kausal kompratif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Pada pengambilan sampel dalam penelitian ini yaitu dengan cara membagikan kuisisioner, sampel yang digunakan ialah 100 orang. Guna mengantisipasi kuisisioner yang tidak dapat digunakan dalam penelitian atau pengolahan data. Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda dan menggunakan uji validitas dan uji reabilitas.

Hasil dari pengujian ini menunjukkan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : Citra Merek , Harga, Promosi, Keputusan Pembelian

