

ABSTRAK

Penelitian ini mempunyai tujuan untuk menemukan bukti-bukti mengenai Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Agoda Company Pte Ltd.

Responden penelitian ini berjumlah 110, yaitu konsumen Agoda yang berasal dari Indonesia dan bertransaksi pada tahun 2014. Teknik pengambilan sampel menggunakan *non probability sampling*, dan menggunakan teknik analisis data regresi linier berganda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Online, Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Online, Promosi dan Harga Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian Online.

Kata Kunci: promosi, SEM, SEO, *paid search*, *affiliate marketing*, harga, keputusan pembelian online

ABSTRACT

This research aimed to find out the proofs regarding promotion and price towards online purchase decision at Agoda Company Pte Ltd. The respondent of this research are 110 of Agoda's consumers from Indonesia that bought within 2014. Sampling method uses non probability sampling and multiple linear regressions as the analysis technique. The result of this research shows that the promotion positively influence online purchase decision, price also positively influence online purchase decision, promotion and price together positively influence online purchase decision.

Keywords : promotion, SEM, SEO, paid search, affiliate marketing, price, online purchase decision



UNIVERSITAS
MERCU BUANA