

ABSTRAK

PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA GRAND HOTEL PREANGER BANDUNG

Hotel adalah perusahaan yang bergerak dalam bidang pelayanan, jasa perhotelan, yang kegiatan usahanya menyediakan kamar dan pelayanan-pelayanan lainnya bagi para konsumen domestic ataupun mancanegara. Semakin berkembangnya teknologi informasi membawa dampak yang besar dalam berbagai aspek, tidak terkecuali perkembangan dunia bisnis dan pemasaran. Industri perhotelan dituntut untuk menyediakan layanan jasa dengan cepat sesuai permintaan konsumen. Sampai saat ini terdapat banyak perusahaan-perusahaan industri perhotelan bersaing menjadi yang terbaik untuk menguasai pangsa pasar yang menimbulkan persaingan yang sangat ketat. Industri perhotelan adalah industri dalam bilangan jasa yang menggabungkan antara produk dan layanan. Tujuan utama dilakukan penelitian ini untuk mengetahui, mendeskripsikan, dan menganalisis media sosial, perilaku konsumen, dan keputusan pembelian, serta untuk mengukur pengaruh media sosial dan perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian pada Grand Hotel Preanger Bandung. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan asosiatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi, kuesioner, dan studi kepustakaan. Populasi yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen Grand Hotel Preanger. Metode analisa yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan secara parsial media sosial berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan perilaku konsumen berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Secara simultan media sosial dan perilaku konsumen berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada Grand Hotel Preanger Bandung.

Kata Kunci : Media Sosial, Perilaku Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SOCIAL MEDIA AND CONSUMER BEHAVIOR ON PURCHASING DECISIONS AT THE GRAND HOTEL PREANGER BANDUNG

A hotel is a company that operates in the service sector, hospitality services, whose business activities are providing rooms and other services for domestic and foreign consumers. The increasing development of information technology has had a major impact in various aspects, including the development of the world of business and marketing. The hotel industry is required to provide services quickly according to consumer demand. Until now, there are many companies in the hotel industry competing to be the best to dominate market share, which creates very tight competition. The hotel industry is a service industry that combines products and services. The main objective of this research is to determine, describe and analyze social media, consumer behavior and purchasing decisions, as well as to measure the influence of social media and consumer behavior on purchasing decisions at the Grand Hotel Preanger Bandung. The method used in this research is descriptive and associative analysis methods. The data collection techniques used were interviews, observation, questionnaires and literature study. The population that will be used in this research is consumers of the Grand Hotel Preanger. The analytical method used in this research is multiple linear analysis. The research results show that social media partially influences purchasing decisions and consumer behavior influences purchasing decisions. Simultaneously, social media and consumer behavior have a significant influence on purchasing decisions at the Grand Hotel Preanger Bandung

Keywords: Social Media, Consumer Behavior, Purchasing Decisions