

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN
AGEN TRAVEL PT. CAKRA TOUR**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Mencapai
Derajat Sarjana Manajemen



Disusun Oleh :

Muhammad Ryan Adiansyah P.

202110160311295

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2025

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEPADA KONSUMEN
AGEN PT. CAKRA TOUR

Oleh:

Muhammad Ryan Adiansyah Putra

202110160311295

Diterima dan disetujui
pada tanggal 25 oktober 2025

Pembimbing I,

Pembimbing II,

Drs. Noor Azis, M.M.

Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,

M. Syaifullahyudi S., S.E., M.E., Ph.D.

Dr. Nurul Asfiah, M.M.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KEPADA KONSUMEN
AGEN PT. CAKRA TOUR**

Yang disiapkan dan disusun oleh :

Nama : **Muhammad Ryan Adiansyah Putra**

NIM : **202110160311295**

Jurusan : **Manajemen**

Telah dipertahankan di depan penguji pada tanggal 25 oktober 2025 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Malang.

Susunan Tim Penguji:

Pembimbing I : **Drs. Noor Azis, M.M.**

Pembimbing II : **Viajeng Purnama Putri, S.E., M.M.**

Penguji I : **Dr. Dra. Ratih Juliati, M.Si.**

Penguji II : **Dr. Erna Retna Rahadjeng, M.M.**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,

Ketua Program Studi,



Dr. Nurul Asfiah, M.M.



Dr. Nurul Asfiah, M.M.



PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Muhammad Ryan Adiansyah Putra

NIM : 202110160311295

Program Studi : Manajemen

Surel : putroryan8888@gmail.com

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan benar-benar hasil karya sendiri, baik Sebagian maupun keseluruhan, bukan hasil karya orang lain dengan mengatasnamakan saya, serta bukan hasil penjiplakan (plagiarism) dari hasil karya orang lain;
2. Karya dan pendapat orang lain yang dijadikan sebagai bahan rujukan (referensi) dalam skripsi ini, secara tertulis dan secara jelas dicantumkan sebagai bahan / sumber acuan, dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan di daftar Pustaka, sesuai dengan ketentuan penulisan ilmiah yang berlaku;
3. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis, dan sanksi-sanksi lainnya sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Malang, 17 Oktober 2025
Yang membuat pernyataan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 10,000 Rupiah stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text 'METERAI TEMPEL' and 'B4CF0ANX127819997'.

Muhammad Ryan Adiansyah P.

The Influence of Promotion and Service Quality on Purchasing Decisions of Consumers at PT. Cakra Tour Travel Agency

Muhammad Ryan Adiansyah P.
Department of Manajemen, FEB UMM
E-mail : putrarilyan8888@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of promotion and service quality on purchasing decisions of consumers at PT. Cakra Tour and Travel in Surabaya. This study employs a quantitative approach with an associative method. Primary data were collected through questionnaires distributed to 91 consumers of PT. Cakra Tour, selected using a purposive sampling technique. The data were analyzed using multiple linear regression with SPSS version 26. The results show that promotion has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of $0.000 < 0.05$, as does service quality, which also has a positive and significant effect on purchasing decisions with a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (R^2) of 0.519 indicates that 51.9% of the variation in purchasing decisions is explained by promotion and service quality, while the remaining 48.1% is influenced by other factors outside this study. The dominant test results show that promotion is the most influential variable on purchasing decisions with a beta value of 0.423. Therefore, the more effective the promotional strategies and the better the service quality provided, the higher the consumer purchasing decisions at PT. Cakra Tour.

Keywords: Promotion, Service Quality, Purchasing Decision.

**Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian
Pada Konsumen Agen Travel Pt. Cakra Tour**

Muhammad Ryan Adiansyah P.
Program Studi Manajemen, FEB UMM
E-mail : putrarilyan8888@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen PT. Cakra Tour and Travel di Surabaya. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 91 responden konsumen PT. Cakra Tour yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan program SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, demikian pula kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,519 menunjukkan bahwa 51,9% variasi keputusan pembelian dijelaskan oleh promosi dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya 48,1% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Hasil uji dominan menunjukkan bahwa promosi merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan nilai beta sebesar 0,423. Dengan demikian, semakin efektif strategi promosi dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen pada PT. Cakra Tour.

Kata kunci: Promosi, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian.

KATA PENGANTAR

Bissmillahirrohmanirrohim

Puji syukur yang teramat mendalam penulis ucapkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Segala, atas percikan kasih, hidayah, rahmat dan tafaqNya, sehingga Skripsi dengan judul **“Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Agen Travel PT. Cakra Tour”**, dapat terselesaikan sesuai dengan waktu yang direncanakan.

Teriring do'a dan sholawat, senantiasa melimpah ke haribaan junjungan kita Nabi Muhammad S.A.W., Rasul akhir zaman, penutup para nabi yang membawa kesempurnaan ajaran Tauhid dan keutamaan budi pekerti. Semoga tumpahan do'a sholawat menetes kepada segenap keluarga dan sahabatnya, para syuhada', para mushonnifin, para ulama', dan seluruh umatnya yang dengan tulus ikhlas mencintai dan menjunjung sunnahnya.

Selama proses skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan kepada saya. Sebagai ucapan syukur, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Rektor Universitas Muhammadiyah Malang Prof. Dr. Nazaruddin Malik, S.E., M.Si.
2. Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Malang Muhammad Sri Wahyudi Suliswanto., S.E., M.E, Ph.D.
3. Ibu Ketua Program Studi Manajemen Dr. Nurul Asfiah, M.M.

4. Bapak Dosen Pembimbing I Noor Aziz, Dr., M.M. dan Ibu Dosen Pembimbing II Viajeng Purnama Putri, SE, M.M. yang dengan luar biasa memberikan segala arahan, masukan, dan semangat kepada penulis.
5. Kepada Ibu Dosen Wali Khusnul Rofida Novianti, S.Pd., M.M. yang senantiasa mendukung dan membimbing penulis selama perjalanan akademik ini.
6. Bapak Dosen Penguji I Marsudi, DR., MM dan Ibu Dosen Penguji Erna Retna Rahadjeng, Dr., M.M. terima kasih telah meluangkan waktu, pikiran, dan perhatian untuk menguji serta memberikan masukan yang sangat berarti demi penyempurnaan skripsi ini.
7. Secara khusus teruntuk kedua orang tua penulis tercinta yaitu kepada cinta pertama dan panutanku Papa (Alm) Heri Purwanto dan pintu surgaku Mama Gusti Erlisa Ritnawati terima kasih atas setiap tetes keringat, do'a yang tak pernah henti, kasih sayang yang tak terhingga, yang selalu memotivasi dan mendukung penulis dari segala aspek, kerja kerasmu yang tak kenal lelah, dan setiap langkahmu yang selalu kau tapaki dengan penuh tanggung jawab serta cinta. Penulis persembahkan skripsi ini yang tidak bisa dibandingkan dan digantikan dengan apapun selamanya, inilah persembahan kecil yang ingin membuatmu bangga. Terima kasih atas segalanya penulis bisa sampai ke jenjang sarjana.
8. Teruntuk Aulia Azzarah, Terimah kasih karena telah ikhlas memberikan support dan meluangkan banyak waktu untuk selalu ada di saat penulis merasa kurang percaya diri dan semangat, Terima kasih telah memberikan warna dan indah di hidup penulis.

9. Kepada *partner* penulis yang berada di Malang yaitu Zaenal, Dhafin dan teman-teman dari P. pengangguran terima kasih telah menemani proses penulis, dukungan, motivasi, dan menjadi tempat keluh kesah serta memberikan semangat yang luar biasa sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
10. Kepada sahabat yang berada di Gresik yaitu Aditya, Farizky, Rizky Besar dan teman-teman sobat langan terimakasih untuk waktu yang telah diluangkan untuk menemani proses skripsian ini dan tempat keluh kesah serta memberikan semangat yang luar biasa.
11. Teruntuk teman-teman seperjuangan angkatan 2021 khususnya Manajemen kelas F yang telah berperan banyak atas pengalaman dan pembelajaran selama di bangku kuliah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan oleh karena itu, penulis dengan lapang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan karya-karya di masa mendatang. Semoga karya sederhana ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi sumbangsih kecil bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan industri yang berkaitan. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Malang, 25 oktober 2025

Penulis,

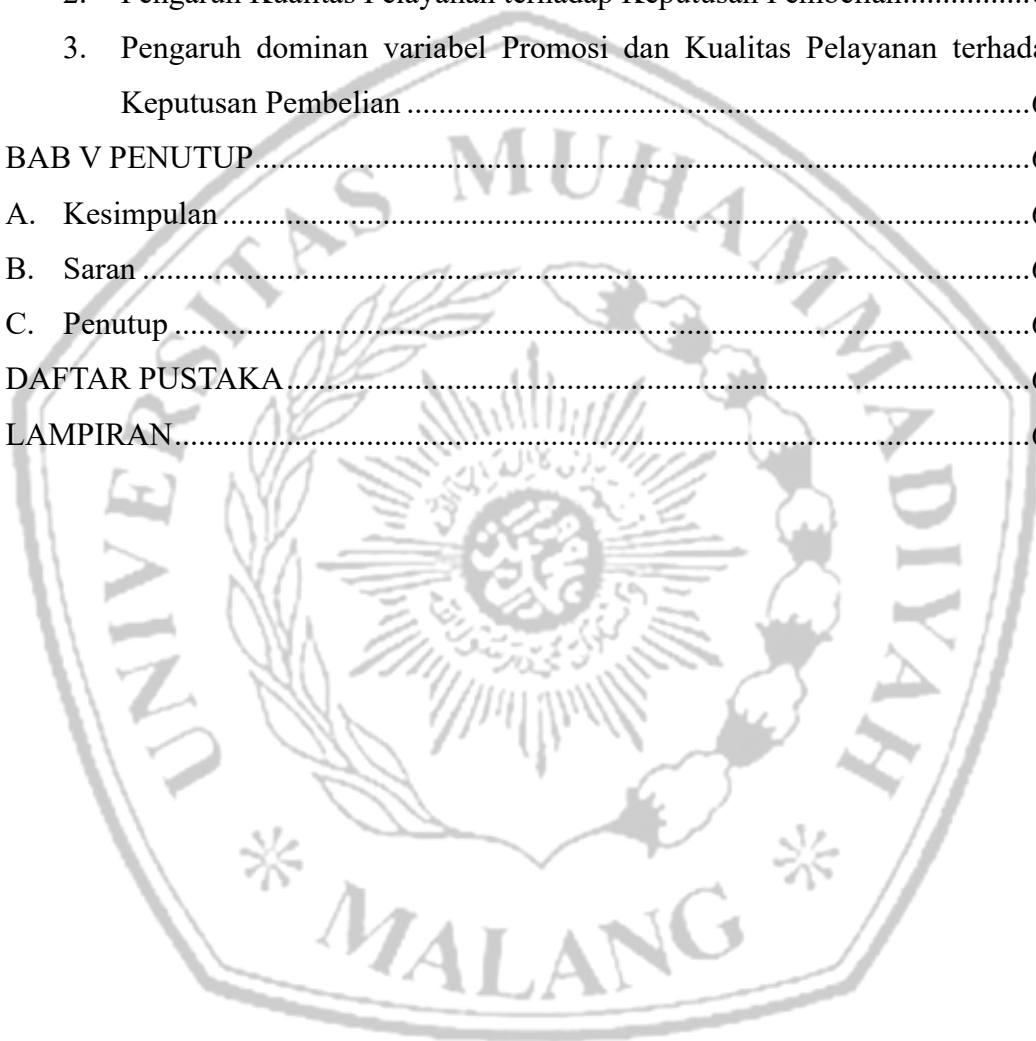
(M. Ryan Adianyah Putra)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN ORISINALITAS	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat penelitian	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktis.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
A. Promosi.....	11
B. Kualitas Pelayanan.....	16
C. Keputusan Pembelian	20
D. Penelitian Terdahulu	27
E. Kerangka Konseptual.....	28
F. Hipotesis	28
1. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian	28
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian.....	29
3. Pengaruh antara Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Tipe penelitian	31
B. Lokasi penelitian.....	31
C. Populasi dan Teknik Sampling.....	31

1. Populasi	31
2. Teknik Sampling.....	32
D. Sumber data dan Teknik pengukuran data	33
1. Sumber Data	33
2. Teknik pengukuran data.....	33
E. Definisi Operasional Variabel	35
F. Pengujian Instrumen	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reabilitas	36
G. Metode Analisis Data.....	37
1. Rentang Skala.....	37
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	38
3. Uji Hipotesis	39
4. Uji Asumsi Klasik.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Deskripsi Data Penelitian.....	43
1. Gambaran Perusahaan	43
2. Visi dan Misi PT. Cakra Tour	44
B. Karakteristik Responden.....	44
1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	45
2. Karakteristik Berdasarkan Usia	45
3. Karakteristik Berdasarkan Keputusan Pembelian	46
C. Hasil Rentang Skala.....	47
1. Deskripsi Jawaban Responden Variabel Y	47
2. Deskripsi Jawaban Responden Variabel X1	49
3. Deskripsi Jawaban Responden Variabel X2	50
D. Uji Instrumen Penelitian	51
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas.....	53
3. Uji Asumsi Klasik.....	53
E. Analisis Data.....	55
1. Analisis Regresi Linear Berganda	55

F. Pengujian Hipotesis	57
1. Uji T (Parsial)	57
2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
3. Uji Dominan	58
G. Pembahasan	59
1. Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian	59
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian.....	60
3. Pengaruh dominan variabel Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian	61
BAB V PENUTUP.....	63
A. Kesimpulan	63
B. Saran	64
C. Penutup	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	69



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. 1. Data konsumen Cakra Tours pada tahun 2023-2024	5
Tabel 3. 1. Skala Likert	34
Tabel 3. 2. Definisi Operasional Variabel	35
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	45
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	45
Tabel 4. 3 Karakteristik Berdasarkan Keputusan Pembelian.....	46
Tabel 4. 4 Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4. 5 Jawaban Responden Variabel Promosi.....	49
Tabel 4. 6 Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan	50
Tabel 4. 7 Hasil Uji Validitas	52
Tabel 4. 8 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4. 9 Hasil Uji Normalitas	53
Tabel 4. 10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	54
Tabel 4. 11 Analisis Regresi Linear Berganda	55
Tabel 4. 12 Uji T	57
Tabel 4. 13 Uji Koefisien Determinasi.....	58
Tabel 4. 14 Uji Dominan.....	58

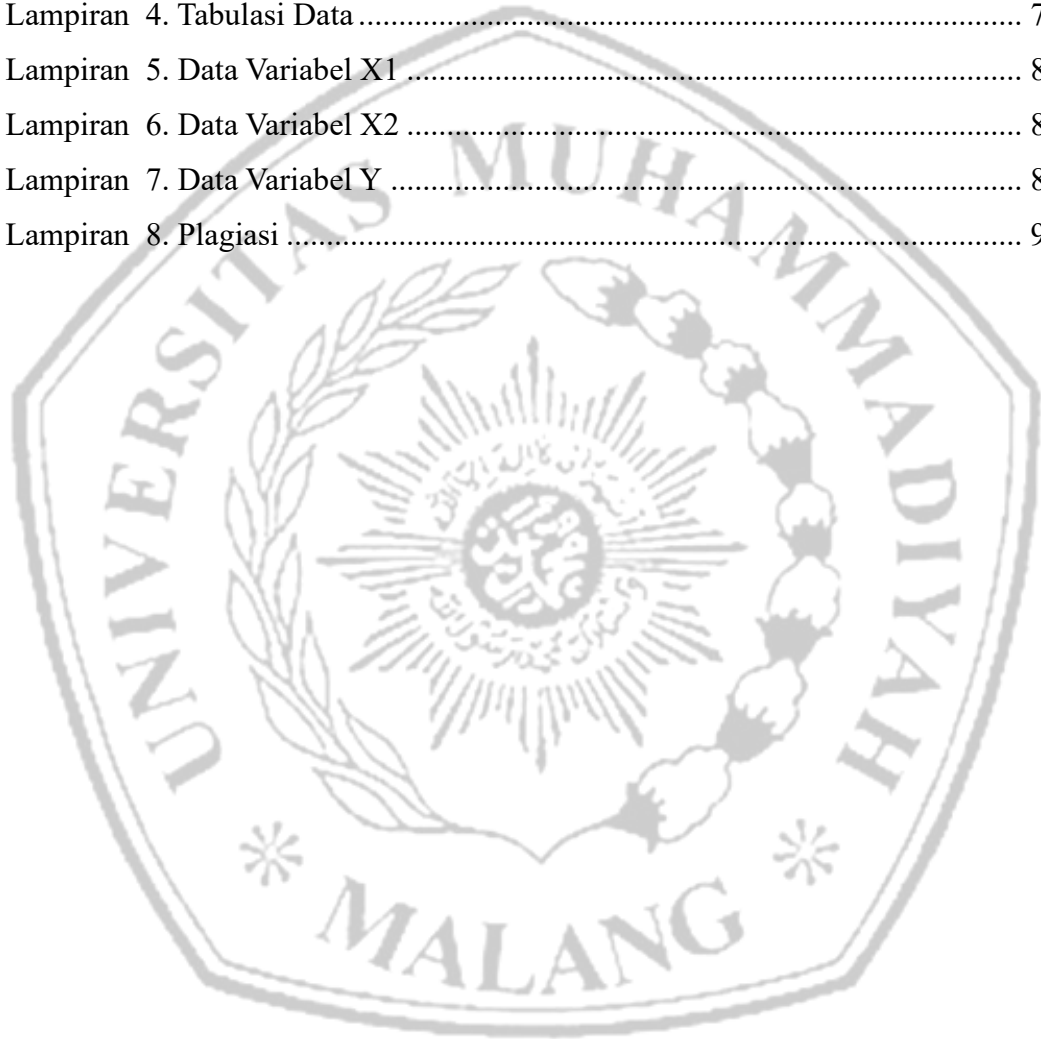
DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2. 1 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian	22
Gambar 2. 2 Kerangka Konseptual	28
Gambar 4. 2 Uji Heterokedastisitas	55



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Penelitian Terdahulu	69
Lampiran 2. Kuisoner Penelitian	72
Lampiran 3. Data Responden.....	75
Lampiran 4. Tabulasi Data	79
Lampiran 5. Data Variabel X1	86
Lampiran 6. Data Variabel X2	87
Lampiran 7. Data Variabel Y	88
Lampiran 8. Plagiasi	90



DAFTAR PUSTAKA

1. Effendi Az, Chandra R. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Travel Umroh Dan Haji Plus Pt. Inyong Travel Barokah. 2020.
2. Kotler Philip, Keller Klane. Marketing Management : An Asian Perspective. Pearson Education Limited; 2016. 845 P.
3. Kotler P, Keller Kl. Marketing Management. 13th Ed. Upper Saddle River, N.J. : Pearson Prentice Hall; 2009.
4. Schiffman Lg, Kanuk Ll. Consumer Behavior. 9th Edition. Pearson Prentice Hall; 2007.
5. Tjiptono F. Pemasaran : Esensi Dan Aplikasi. Yogyakarta: Andi Offset; 2016. Xiv-388.
6. Kotler Philip, Armstrong Gary. Principles Of Marketing. Pearson Education; 2021. 707 P.
7. Rangkuti F. Strategi Promosi Yang Kreatif Dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication [Internet]. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama; 2009 [Cited 2025 May 3]. Available From: <https://books.google.co.id/books?id=9cyqshfgg7kc&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>
8. Tjiptono F. Strategi Pemasaran . Iv. Yogyakarta: Pt. Andi Offset; 2015. Xxii-506.
9. Ayes Yt, Haryadi Gt, Yovita L, Putra Fifs. Diferensiasi Produk, Eco-Label, Dan Brand Awareness Sebagai Peran Pengambilan Keputusan Pembelian Pada Produk Eiger. Jurnal Maneksi. 2024 Jun;13(2).
10. Suharyadi, Nugroho A, Purwanto, Faturohman M. Kewirausahaan: Membangun Usaha Sukses Sejak Usia Muda. Salemba Empat; 2007.
11. Sudarso Andriansan. Manajemen Pemasaran Jasa Dan Perhotelan. Deepublish; 2016.
12. Parasuraman A, Zeithaml Va, Berry Ll. Servqual: A Multiple-Item Scale For Measuring Consumer Perceptions Of Service Quality. 1988 Jan [Cited 2024 Oct 3];64(1). Available From: https://www.researchgate.net/publication/225083802_Servqual_A_Multiple-Item_Scale_For_Measuring_Consumer_Perceptions_Of_Service_Quality
13. Ulfa M, Selviani S. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Travel Mobil. Al-Muqayyad. 2022 Jun 30;5(1):20-32.
14. Hasibuan N, Djambek Bukittinggi D. Analysis Of Umrah Pilgrimage Service Strategies In Building A Positive Image At Pt. Asyesa Hasanah Tour & Travel West Sumatra [Internet]. Vol. 3. 2023. Available From: <https://journal.walisongo.ac.id/index.php/munazzama/>
15. Moeryawan Aa, Wijaya F. Strategi Pengembangan Bisnis Tour Dan Travel Pada Pt. Tiwikrama Tour Indonesia. Vol. 5. 2024.
16. Swastha B. Azas-Azas Marketing . Ed. 3,Cet.1. Yogyakarta: Liberty; 1996. Xii-352.
17. Kotler P, Armstrong G. Principles Of Marketing (16th Ed). Pearson Education; 2016.
18. Alma B. Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta; 2013.

19. Assauri S. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Pers; 2013.
20. Pride Wm, Ferrell Oc. *Marketing : Concepts And Strategies (8th Ed)*. Boston: Houghton Mifflin; 1991.
21. Gitosudarmo I. *Manajemen Pemasaran (Edisi 2)*. Yogyakarta: Bpfe-Yogyakarta.; 2000.
22. Peter Jp, Olson Jc. *Consumer Behavior And Marketing Strategy (10th Ed.)*. New York: Mcgraw-Hill Education; 2014.
23. Tjiptono F. *Strategi Pemasaran* . Yogyakarta: Penerbit Andi; 2002.
24. Swastha B, Irawan. *Menejemen Pemasaran Modern*. Liberty Yogyakarta; 2008. Xix–446.
25. Daryanto, Setyobudi I. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Gava Media; 2014. I–174.
26. Oosthuizen Lm. *Effective Customer Service*. Cape Town: Oxford University Press.; 2015.
27. Andayani T. *Manajemen Pelayanan Prima*. Jakarta: Rajawali Pers; 2017.
28. Tjiptono F, Chandra G. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi; 2011.
29. Lupiyoadi R. *Manajemen Pemasaran Jasa (Edisi 3)*. Jakarta : Salemba Empat; 2014.
30. Kotler P. *Manajemen Pemasaran (Edisi 12, Jilid 1 & 2)*. Jakarta: Erlangga; 2012.
31. Lubis Sa. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pelanggan Pada Pt Lovely Holidays Tour And Travel Cabang Pematangsiantar. *Jurnal Maker*. 2017 Jun;3(1).
32. Adhiguna Samvara M, Fauzi A, Hutagaol J, Kenny, Sarlo K. Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pembelian Tiket Pesawat Garuda Pada Pt. Hamsa Tour And Travel (Studi Kasus Pada Pembelian Tiket Medan-Jakarta). *Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah*. 2019 Jun;2(2).
33. Kurniawati Ely. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Equilibiria*. 2020;7.
34. Zadi Bs, Hidayati N, Rizal M. Pengaruh Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Paket Wisata Pada Kotoba Tour And Travel Blitar. 2020 Aug;9(3).
35. Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Edisi 10)*. Bandung: Alfabeta; 2016.
36. Aisya S, Eliza S, Fatma F, Zainuddin Ma. Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Toko Nimshop Palu. *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis Islam-Jiebi* [Internet]. 2020;2(1):57. Available From: <https://www.researchgate.net/publication>
37. Capriati Al, Djoko H. Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Oppo Smartphone. Vol. X, *Jurnal Administrasi Bisnis*.
38. Setyahati A. Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Pada Bengkel Perawatan Mobil Global Protection Bekasi. 2020;
39. Djafar N, Yantu I, Sudirman, Hinely R, Hasiru R. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Cv. Mufidah Kota Gorontalo. *Journal Of Economic And Business*

Education [Internet]. 2023 May [Cited 2025 Feb 23];1(2):1–6. Available From: <https://ejournal.ung.ac.id/index.php/Jebe/article/view/18046/6515>

40. Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : Alfabeta; 2015.
41. Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Edisi 9). Bandung: Alfabeta; 2013.
42. Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D (Edisi 11). Bandung: Alfabeta; 2018.
43. Mutaminah E, Mintarti M. Metode Analisis Data Dalam Penelitian (Edisi 1). Yogyakarta: Penerbit Universitas Yogyakarta; 2019.
44. Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 23 (Edisi 8). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.; 2016.
45. Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2014.
46. Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss (Edisi 6). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2011.
47. Ghozali I. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 26 (Edisi 10). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro; 2021.
48. Purnomo Ra. Analisis Statistik Ekonomi Dan Bisnis Dengan Spss. Ponorogo: Wade Group; 2016.





Lembaga Informasi dan Publikasi
Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Malang
Tanda Terima Cek Plagiasi

Tanggal : 17/10/2025

Kode : 2783550015
Nama : Muhammad Ryan Adiansyah Putra
NIM : 202110160311295
Prodi : Manajemen
Judul Penelitian : pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada konsumen agen travel PT. Cakra Tours
Persentase Plagiasi : 9%
Keterangan : LULUS

Kepala LIP



Rinaldy Achmad Roberth Fathoni, S.AB., M.M

