

ABSTRAK

Travel and Tour UIN Sunan Ampel merupakan salah satu usaha yang dimiliki oleh kampus UIN Sunan Ampel Surabaya yang menyediakan berbagai tiket *Travel and Tour* dengan berbagai airlines. Setiap usaha tidak akan lepas dari peningkatan dan penurunan volume penjualan. Meski demikian baik menurun ataupun meningkatnya volume penjualan yang dihadapi harus dapat segera diatasi, seperti penentuan harga dan perbedaan lokasi penjualan yang tepat. Hal inilah yang melatarbelakangi dilakukannya penelitian mengenai “**Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Peningkatan Penjualan Tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel**”. Untuk menjawab pertanyaan Bagaimana pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap peningkatan penjualan tiket *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel?, Bagaimana pengaruh harga dan lokasi secara parsial terhadap peningkatan penjualan tiket *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel?, dan Variabel mana yang paling berpengaruh terhadap peningkatan penjualan tiket *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel?

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh harga dan lokasi terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif melalui metode survey yang bertujuan untuk mengukur pengaruh harga dan lokasi terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel. Untuk mengetahui hal tersebut, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan uji F dan uji t. Populasi dalam penelitian ini adalah semua pelanggan tiket atau disebut dengan sensus yang berjumlah 30 orang penentuan sampel menggunakan teknik sampel slovin. Teknik pengumpulan data dengan cara menyebar kuesioner dan wawancara. Sedangkan untuk pengujian analisis data menggunakan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan uji regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian secara simultan (Uji F) didapatkan F hitung 12,764 dengan signifikansi 0,00. Karena signifikansi (0,00) lebih kecil dari (0,05), maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara simultan dari harga dan lokasi terhadap peningkatan penjualan tiket di UIN Sunan Ampel Surabaya. Sedangkan hasil pengujian secara parsial (Uji t) didapatkan t hitung harga (X_1) 0,001 dan lokasi (X_2) 0,388 dan signifikansi kurang dari 0,05. Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan secara parsial dari harga, dan lokasi terhadap peningkatan penjualan tiket di *Travel and Tour* UIN Sunan Ampel.

Bagi peneliti berikutnya disarankan, faktor yang mempengaruhi harga dan lokasi terhadap peningkatan penjualan masih terbatas, sehingga penelitian selanjutnya diharapkan bisa menggunakan variabel yang lebih varian lagi.

Kata Kunci: Harga, lokasi dan peningkatan Penjualan