

SKRIPSI

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI HOTEL MUTIARA DI KECAMATAN KANDIS

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral
Comperehensive Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH

M. SADRI KURNIAWAN
NIM: 11071103965

**PROGRAM SI
JURUSAN MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SULTAN SYARIF KASIM
PEKANBARU
2014**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : M. SADRI KURNIAWAN

NIM : 11071103965

FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

JURUSAN : MANAJEMEN

JUDUL : PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI HOTEL
MUTIARA DI KECAMATAN KANDIS

PANITIA PENGUJI

KETUA

Drs. Alpizar, M.Si
NIP. 19640625 199203 1 004

SEKRETARIS

Ratna Dewi, S.SOS, M.Si
NIP. 19811030 200701 2 004

ANGGOTA

PENGUJI I

Riki Hanri Malau, SE, MM
NIP. 19710124 200701 1 020

PENGUJI II

Diana Eravia, SE, M.Si
NIP. 19730106 200701 2 013

ABSTRAK

PENGARUH HARGA, PROMOSI DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI HOTEL MUTIARA DI KECAMATAN KANDIS

Oleh:

M. SADRI KURNIAWAN

Penelitian ini dilakukan di Hotel Mutiara di Kecamatan Kandis, penelitian ini dilakukan sejak bulan maret 2014 hingga selesai. Adapun jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder dengan jumlah sampel sebanyak 99 orang. Pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan metode accidental sampling, sedangkan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y) digunakan Analisis Regresi Linier Berganda dengan bantuan SPSS versi 20. Berdasarkan hasil uji Regresi Linier Berganda di peroleh persamaan : $Y = 13,586 - 0,035X_1 - 0,119X_2 + 0,482X_3$. Kemudian dari Uji Parsial (Uji t) diketahui bahwa variabel lokasi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Mutiara di Kecataman Kandis, dimana nilai t_{hitung} sebesar 5,277 dan t_{tabel} sebesar 1,985. sedangkan berdasarkan hasil Uji Simultan (Uji f) diketahui bahwa variabel Harga, Promosi dan Lokasi secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Mutiara di Kecamatan Kandis, dimana nilai F_{hitung} sebesar 10,638 > F_{tabel} 2,700 dengan tingkat signifikan $0,000 < 0,05$. sedangkan berdasarkan perhitungan nilai Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh nilai R Square sebesar 0,251. Hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama Harga, Promosi dan Lokasi memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Mutiara di Kecamatan Kandis sebesar 25,1% sedangkan sisanya sebesar 74,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Keputusan Konsumen, Harga, Promosi dan Lokasi

KATA PENGANTAR



Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah *Subhanahu Wata'ala* atas segala rahmat serta karunia yang telah diberikan-Nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisa skripsi dengan judul "***Pengaruh Harga, Promosi Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Hotel Mutiara Di Kecamatan Kandis***" sebagai syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universita Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menyadari tanda adanya doa, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, penulisan skripsi ini tidak akan dapat terwujud. Oleh karena itu perkenankanlah penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Mahendra Romus, SP. M.Ec. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Mulia Sosiadi, SE. MM. Ak. selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Ferizal Rachmad, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Proposal dan Skripsi yang telah banyak meluangkan waktu, perhatian untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi

4. Bapak M. Rahmadi, SE, MM. selaku Penasehat Akademis yang telah banyak membantu dalam memberikan sumbangan saran dan pemikiran dalam pengembangan ilmu dan kemampuan saya sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Seluruh Dosen pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis.
6. Kedua orang tua yang tercinta, Ayahanda Bukhari dan Ibunda Saadah yang telah memberikan cinta, kasih sayang serta memberikan dukungan moril maupun materil serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan bagi penulis selama menuntut ilmu.
7. Adik-adikku tersayang Rizka Mardiyah, Nurul Sabrina dan Kamelia Hapsari yang juga telah memberikan cinta dan kasih sayang serta memberikan dukungan moril maupun materil serta senantiasa mendoakan keberhasilan dan kesuksesan penulis selama menuntut ilmu.
8. Bapak Drs. Masril Hasibuan selaku pimpinan Hotel Mutiara Kandis yang telah berkenan memberikan saya izin melakukan penelitian di Hotel Mutiara.
9. Teman-teman seperjuangan di Manajemen Pemasran Lokal G angkatan 2010 yang selalu memberikan semangat dan kerjasamanya dalam menyelesaikan study.

10. Sahabat-sahabat Labersa, Puji Hermawan, Aridianto Widodo, Evan Nugraha, M. Ijos Yusroh, Hari Murtanto, Mariono Saputra, M. Hanafi, Ridho Fauzi, dan juga sahabatku Ratna Sari, Afrinda Mayang Sari, Arsyita Seftiwi, Milda Asri, Mutongat, Wahyu Sukmana, Budi Harizal, Ayatullah Khumaini, Andri Susanto yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan study dan skripsi.
11. Responden yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
12. Seluruh pihak-pihak yang terkait yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan bantuan, pengarahan, dan kerjasama dalam penyusunan skripsi ini, maupun dalam kehidupan penulis.

Hanya doa yang dapat penulis panjatkan semoga Allah *Subhanahu Wata'ala* berkenan membalas semua kebaikan Bapak, Ibu, Saudara dan teman-teman sekalian.

Semoga skripsi ini bisa bermanfaat terutama bagi diri pribadi penulis serta pihak-pihak yang berkepentingan. Segala kritik dan saran atas skripsi ini tentunya akan sangat bermanfaat untuk penyempurnaan selanjutnya.

Pekanbaru, Juni 2014
Penulis

M. SADRI KURNIAWAN

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Sistematika Penulisan.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori	10
2.1.1 Pemasaran.....	10
2.1.2 Manajemen Pemasaran.....	11
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	12
2.1.4 Pengertian Jasa	16
2.1.5 Karakteristik Jasa	17
2.2 Harga	19
2.2.1 Tujuan Penetapan Harga	21
2.2.2 Metode Penetapan Harga	23
2.2.3 Faktor Pertimbangan Dalam Penetapan Harga	24
2.3 Promosi.....	27
2.3.1 Bauran Promosi	28
2.3.2 Tujuan Promosi	30

2.4 Lokasi	32
2.4.1 Faktor-faktor Penentu Lokasi	33
2.5 Keputusan Konsumen	34
2.5.1 Tahap Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen	35
2.5.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen..	38
2.6 Pandangan Islam Tentan Pemasaran	42
2.7 Penelitian Terdahulu	44
2.8 Variabel Penelitian dan Defenisi Operasional.....	45
2.8.1 Variabel Penelitian	45
2.8.2 Defenisi Operasional.....	46
2.9 Kerangka Pemikiran	47
2.10 Hipotesis	48

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	48
3.2 Jenis dan Sumber Data	48
3.3 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4 Populasi dan Sampel	49
3.5 Analisis Data	50
3.6 Uji Kualitas Data.....	51
3.6.1 Uji Validitas	51
3.6.2 Uji Realibilitas.....	52
3.6.3 Uji Normalitas Data	52
3.7 Uji Asumsi Klasik	53
3.7.1 Uji Multikolineritas	53
3.7.2 Uji Autokorelasi	53
3.7.3 Uji Heterokedastisitas	54
3.8 Regresi Linier Berganda.....	55

3.9 Uji Hipotesis.....	55
3.9.1 Uji Secara Parsial (Uji t)	55
3.9.2 Uji Secara Simultan (Uji F).....	56
3.9.3 Koefisien Determinasi.....	57

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

4.1 Sejarah Singkat Hotel Mutiara Kandis	58
4.2 Struktur Organisasi Perusahaan	59

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Deskripsi Identitas Responden	67
5.1.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	67
5.1.2 Responden Berdasarkan Umur.....	67
5.1.3 Responden Berdasarkan Pekerjaan	68
5.2 Deskripsi Variabel Responden	69
5.2.1 Variabel Responden Keputusan Konsumen (Y)	69
5.2.2 Variabel Responden Harga (X ₁).....	70
5.2.3 Variabel Responden Promosi (X ₂)	71
5.2.4 Variabel Responden Lokasi (X ₃).....	72
5.3 Uji Kualitas Data.....	72
5.3.1 Uji Validitas	72
5.3.2 Uji Realibilitas.....	74
5.3.3 Uji Normalitas Data	75
5.4 Uji Asumsi Klasik	76
5.4.1 Uji Multikolineritas	76
5.4.2 Uji Autokorelasi	77
5.4.3 Uji Heterkedastisitas	77
5.5 Regresi Linier Berganda.....	79

5.6 Pengujian Hipotesis	80
5.6.1 Uji Parsial (Uji t)	80
5.6.2 Uji Simultan (Uji F)	82
5.6.3 Koefisien Determinasi (R^2)	83
5.7 Pembahasan	85
5.7.1 Variabel Harga	85
5.7.2 Variabel Promosi	85
5.7.3 Variabel Lokasi	86

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	87
6.2 Saran	88

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN