

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL SIBAYAK  
MULTINATIONAL BERASTAGI  
KABUPATEN KARO**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**BETTY SARI WAHYUNI SINUHAJI  
NPM : 16.832.0012**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA  
MEDAN  
2020**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 8/2/21

Access From (repository.uma.ac.id)

**PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP  
KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL SIBAYAK  
MULTINATIONAL BERASTAGI  
KABUPATEN KARO**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas  
Medan Area**



**OLEH:**

**BETTY SARI WAHYUNI SINUHAJI  
NPM : 16.832.0012**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MEDAN AREA**

**MEDAN**

**2020**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 8/2/21

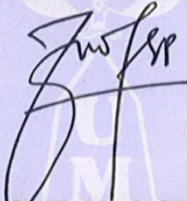
Access From (repository.uma.ac.id)

**HALAMAN PENGESAHAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan  
Menginap Di Hotel Sibayak Multinational Berastagi  
Kabupaten Karo  
Nama : **BETTY SARI WAHYUNI SINUHAJI**  
NPM : 16.832.0012  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing



**(Yuni Syahputri, SE., M.Si)**

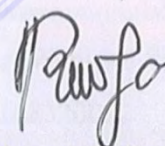
Pembimbing

Mengetahui :



**(Dr. Ihsan Effendi, SE., M.Si)**

Dekan



**(Wan Rizca Amelia SE., M.Si)**

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 11/November/2020

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan Ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul “ Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Sibayak Multinational Berastagi Kabupaten Karo” adalah benar hasil karya saya sendiri dan judul yang dimaksud belum pernah dimuat, dipublikasikan, atau diteliti oleh mahasiswa lain dalam konteks penulisan skripsi untuk program S-1 Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Semua sumber data dan informasi telah dinyatakan jelas, benar apa adanya.

Medan, 11 November 2020

Yang membuat pernyataan



Betty Sari Wahyuni Sinuhaji

168320012

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Sivitas Akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Betty Sari Wahyuni Sinuhaji

NPM : 16.832.0012

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan keputusan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Sibyak Multinational Berastagi Kabupaten Karo. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya

Dibuat di : Medan

Pada Tanggal: 11 November 2020



Betty Sari Wahyuni Sinuhaji

## **RIWAYAT HIDUP**

Peneliti dilahirkan di Kabanjahe pada tanggal 28 Januari 1999 dari bapak Hotman Sinuhaji dan Desni Munthe. Peneliti merupakan anak ke dua dari 3 bersaudara. Peneliti lulus tahun 2016 dari SMK Al-Karomah Berastagi dan pada tahun 2016 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap keputusan menginap di Hotel Sibayak Multinational Berastagi Kabupaten karo”. Jenis penellitian ini adalah asosiatif yaitu suatu penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen sebanyak 900 konsumen. Dan dengan menggunakan teknik rumus slovin, maka jumlah sampel dalam penelitian ini adalah penelitian ini sebanyak 90 responden diambil dari sebagian populasi.

Berdasarkan hasil uji t dapat dilihat bahwa  $t_{hitung}$  pada variabel harga sebesar 4,640 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1.984 dengan probabilitas t yakni signifikan 0,000 lebih kecil dari batasan signifikan sebesar 0,05. Berdasarkan nilai tersebut maka variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kualitas layanan. Pada variabel kualitas layanan sebesar  $t_{hitung}$  3,401 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,984 dengan probabilitas t yakni signifikan 0,001 lebih kecil dari batasan signifikansi sebesar 0,05, maka variabel kualitas layanan secara parsial mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel keputusan menginap. Berdasarkan hasil uji f maka diperoleh nilai  $f_{hitung}$  sebesar 24,521 > 3,10 dengan sig 0,000 < 0,05, menunjukkan  $H_0$  di tolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap. Nilai R Square yang diperoleh sebesar 360 menunjukkan bahwa tingkat korelasi atau hubungan antara harga, kualitas layanan, dan keputusan menginap memiliki hubungan yang cukup erat.

**Kata kunci : Harga, Kualitas Layanan dan Keputusan Menginap**

## ABSTRACT

*This study aims to see “The effect of Price and Service Quality on the decision to stay at the Multinational Sibayak Hotel Berastagi, Karo Regency”. This type of research is associative, which is a study were all consumers of 900 consumers. And by using the slovin technique formula, the number of samples in this study was a study of 90 respondents who werw taken from part of the papulation.*

*Based on the results of the t test, it can be see tat the t count on the price variable is 4,640 greater than the t table of 1,984 with a probability t that is significant 0,000 smaller than the significant limit of 0.05. Based on this value, the price variable has a positive and significant efect on the service quality variable. In the service quality variable, the tcount of 3.401 is greater than the t table of 1.984 with probability, which significant, 0, 001, which is smaller than the significance limit of 0.05, so the service quality variable partially has a positive and significant influence on the variable for staying overnight. Based on the variable for staying overnight. Based on the results of the uji f, the fcount value is 24.521>3.10 with sig 0.000<0.05, indicating that Ho is rejected and Ha ia accepted. Thus there is a positive and significant influence on the decision to stay overnight. The R Square value obtained is 360 indicating that the level of correlation or thr relationship between price, service quality, and the decision to stay has a fairly close relationship.*

**Keywords : Price, Quality of Service and Descision to Stay**



## KATA PENGANTAR

Puji syukur kita panjatkan ke hadirat Allah SWT dengan mengucapkan lafadz hamdalah “Alhamdulillahil’alamin” yang telah memberikan nikmat kesehatan dan kesempatan, sholawat beserta salam penulis hadiahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Sibayak Multinational Berastagi Kab.Karo** ini guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen Program Studi Ekonomi dan Bisnis pada Universitas Medan Area.

Dalam kesempatan yang sangat berharga ini, penulis mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada pihak-pihak yang telah banyak memberikan bantuan dan bimbingannya diantaranya :

1. Allah SWT yang maha pengasih dan maha penyayang, serta Nabi Muhammad SAW yang selalu menjadji panutan dari suri tauladan.
2. Bapak Prof Dr. Dadan Rahman, M.Eng, M.Sc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Dr. Ihsan Efendi, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area.
4. Bapak Teddi Pribadi, SE, MM, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area dan Sekaligus Dosen Pembimbing II penulis yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan

banyak memberikan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan skripsi.

5. Ibu Yuni Syahputri, SE,M.Si, selaku Dosen Pembimbing I penulis yang telah meluangkan waktunya membimbing penulis dan banyak memberikan masukan-masukan yang berharga dalam menyelesaikan skripsi.
6. Kepada orang tua penulis yaitu Bapak Hotman Sinuhaji dan Ibu Desniati Br Munthe serta saudara kandung penulis Ade Sahputra Sinuhaji dan Adnan Pratanta Sinuhaji atas segala cinta dan kasihnya, serta dukungan moral dan materi yang senantiasa diberikan dengan tulus kepada penulis.
7. Ibu Hesti Sabrina, Se,M.Si, selaku sekretaris pembimbing yang telah memberikan masukan yang berharga kepada penulis.
8. Seluruh dosen Universitas Medan Area yang selama ini telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.
9. Seluruh pegawai yang telah membantu proses pengurusan Administrasi Universitas Medan Area, terkhusus untuk Bg Miza, Bg Faisal, dan Bg Ibnu.
10. Kepada sahabat-sahabat saya Lili, Pita, Reka, Desi, Sri, Dwi, Amel dan masih banyak lagi yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Terimakasih telah mendukung dan memberikan masukan dan dukungan kepada penulis selama ini.

11. Seluruh Teman-teman Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area terutama teman-teman sekelas Manajemen A yang telah mendukung penulis.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna dan banyak kekurangan baik dari segi penulisan maupun tata bahasa. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Penulis berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi peningkatan dan wawasan kita semua.



Medan, 31 Agustus 2020

Betty Sari Wahyuni Sinuhaji

168320012

## DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRACK</b> .....	<b>ii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat penelitian.....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Harga.....	7
2.1.1. Pengertian Harga.....	7
2.1.2. Tujuan Penetapan Harga.....	8
2.1.3. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga.....	9
2.1.4. Indikator Harga.....	10
2.2. Kualitas Pelayanan.....	10
2.2.1. Pengertian Kualitas Pelayanan.....	11
2.2.2. Jenis-jenis Pelayanan.....	11
2.2.3. Dimensi Kualitas Pelayanan.....	12
2.2.4. Indikator Kualitas Pelayanan.....	13
2.3. Keputusan Menginap.....	14
2.3.1. Pengertian Keputusan Menginap.....	14
2.3.2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputasn Pembelian.....	15

2.3.3. Proses Kebutuhan Pembelian .....	16
2.3.4. Indikator Keputusan Pembelian.....	17
2.4. Penelitian Terdahulu.....	18
2.5. Kerangka Konseptual.....	19
2.6. Hipotesis .....	20

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1. Jenis, Lokasi Waktu Penelitian .....	21
3.1.1. Jenis Penelitian .....	21
3.1.2. Lokasi Waktu Penelitian.....	21
3.1.3. Waktu Penelitian .....	21
3.2. Populasi dan Sampel .....	22
3.2.1. Populasi.....	22
3.2.2. Sampel Penelitian.....	22
3.3. Definisi dan Operasional Variabel.....	23
3.3.1. Definisi Operasional.....	23
3.3.2. Operasional Variabel.....	24
3.4. Jenis dan Sumber Data.....	24
3.4.1. Jenis Data .....	24
3.4.2. Sumber Data .....	25
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	25
3.6. Metode Pengumpulan Data .....	26
3.6.1. Metode Analisis Deskriptif.....	26
3.6.2. Uji Validitas dan Reabilitas .....	26

### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1 Sejarah Singkat Hotel Sibayak Multinational Berastagi .....	31
4.1.1 Visi, Misi dan Tujuan Singkat Hotel Sibayak Multinational	
Berastagi	32
4.1.1.1 Visi dan Misi Hotel Sibayak Multinational Berastagi	32

4.2 Struktur Organisasi Hotel Sibayak Multinational Berastagi .....	33
4.3 Deskriptif Responden Penelitian .....	34
4.3.1 Berdasarkan Jenis Penelitian .....	34
4.3.2 Berdasarkan Usia .....	35
4.3.3 Berdasarkan Pekerjaan .....	35
4.4 Data Angket Responden .....	36
4.4.1 Harga (X1) .....	36
4.4.2 Kualitas Layanan (X2) .....	39
4.4.3 Keputusan Menginap (Y) .....	39
4.5 Metode Analisis Data .....	42
4.5.1 Uji Validitas .....	42
4.5.2 Uji Reliabilitas .....	44
4.6 Uji Asumsi Klasik .....	45
4.6.1 Uji Normalitas .....	46
4.6.2 Uji Heteroskedastisitas .....	47
4.6.3 Uji Multikolinieritas .....	49
4.6.4 Model Regresi Linier Berganda .....	49
4.6.5 Uji Hipotesis .....	51
4.6.5.1 Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	51
4.6.5.2 Uji F (Uji Serempak) .....	52
4.6.5.3 Uji t (Uji Parsial) .....	55
4.7 Pembahasan .....	57
4.7.1 Pengaruh $X_1$ terhadap Keputusan Menginap .....	57
4.7.2 Pengaruh $X_2$ terhadap Keputusan Menginap .....	57
4.7.3 Pengaruh $X_1$ dan $X_2$ Terhadap Keputusan Menginap .....	58

## BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan	59
5.2 Keterbatasan Penelitian	90
5.3 Saran	60

DAFTAR PUSTAKA.....

LAMPIRAN.....



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3.1 Rencana Penelitian.....	22
Tabel 3.2 Oprasional Variable.....	24
Tabel 3.3 Skala Likert's.....	26
Tabel 4.1 Jenis Klamin Responden.....	34
Tabel 4.2 Usia Responden.....	34
Tabel 4.3 Pekerjaan Responden.....	35
Tabel 4.4 Tabulasi Harga Responden Variabel Harga (X1).....	36
Tabel 4.5 Tabulasi Data Responden Variabel Kualitas Layanan (X2).....	38
Tabel 4.6 Tabulasi Data Responden Variabel Keputusan Menginap (Y).....	40
Tabel 4.7 Estimasi Uji Validitas.....	42
Tabel 4.8 Hasil Uji Realibitas variabel X1, X2, dan Y.....	43
Tabel 4.9 One-Sample Kolmogrov-Smirnov Test.....	45
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinieritas.....	49
Tabel 4.11 Coeffients <sup>a</sup> .....	50
Tabel 4.12 Hasil Penguji koefisien Determinasi.....	51
Tabel 4.13 Anova <sup>a</sup> .....	53
Tabel 4.14 Coefficients <sup>a</sup> .....	55



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi Hotel Sibayak Multinational Berastagi .....	33
Gambar 4.2 Grafik Histogram .....	45
Gambae 4.3 Grafik Normal Probability .....	46
Gambar 4.4 Sactterplot Uji Heteroskedastitas .....	48



# BAB I

## PENDAHULUAN

Kebutuhan dan keinginan konsumen selalu mengalami perubahan seiring dengan perkembangan teknologi ekonomi, pendidikan, dan sosial budaya, sehingga mempengaruhi sistem pola konsumsi masyarakat. Konsumen semakin bervariasi perilakunya dalam mengambil keputusan pembelian produk yang menjadi kebutuhan mereka. Oleh karena itu untuk mengatasi perilaku konsumen yang sangat variatif, maka perusahaan perlu sedini mungkin mengidentifikasi sikap konsumen atas keputusan pembelian produk yang hasilnya dapat digunakan untuk merumuskan strategi pemasaran yang tepat sehingga tujuan perusahaan dalam meningkatkan penjualan dapat tercapai.

Demikian juga usaha perhotelan atau penginapan dimana kegiatan pemasaran menjadi sangat penting bagi usaha tersebut. Karena merupakan salah satu usaha jasa yang menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya. Disamping itu, usaha tersebut juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha atau para wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata. Dan hal tersebut membutuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan.

Philip Kotler (2013:361) memberikan lima pendapat bahwa terdapat lima kriteria penentu jasa layanan. Kelima kriteria penentu jasa pelayanan tersebut adalah:

- a. Berwujud (*Tangible*), yaitu penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang harus diandalkan. Keadaan lingkungan sekitar adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b. Empati (*Emphaty*), yaitu kepedulian dan perhatian perindividu yang diterapkan badan usaha dalam menghadapi tamu.
- c. Keandalan (*Realibity*), yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketetapan waktu, pelayanan yang sama untuk semua tamu.
- d. Tanggapan (*Responsivensess*), yaitu kemampuan untuk membantu menyediakan jasa yang tepat kepada tamu.
- e. Kepastian (*Assurance*), yaitu pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan tamu.

Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan/penggunaan suatu barang/jasa (Tjiptono, 1995). Penentuan harga dalam pemasaran jasa sangat penting mengingat produk yang ditawarkan oleh jasa layanan tersebut bersifat tak berwujud. Harga merupakan pernyataan nilai dari suatu produk (a statement of value) (Tjiptono, 2007) dan harga yang dibedakan terhadap jasa yang ditawarkan menjadikan indikasi kualitas jasa macam apa yang akan konsumen terima, jika harga yang ditawarkan terlalu mahal bisa meningkatkan laba jangka pendek, tetapi di sisi lain akan sulit dijangkau konsumen dan sungkar bersaing dengan

kompetitor, sebaliknya jika harga terlalu murah, pangsa pasar bisa menjolak, namun margin kontribusi dan laba bersih yang diperoleh akan berkurang selain itu sebagian konsumen bisa saja mempersiapkan kualitasnya jeles (Tjiptono, 2007).

Lokasi yang strategis yang dapat di jangkau konsumen dengan mudah dari arah mana saja merupakan salah satu faktor yang digunakan konsumen untuk memilih suatu hotel. Lokasi seringkali menentukan kesuksesan suatu jasa, karena lokasi erat kaitannya dengan pasar potensial suatu perusahaan (Tjiptono, 2000). Dan jika hotel/perusahaan terletak pada lokasi yang strategis maka dapat menjadi hambatan bagi pesaing untuk akses kepasar (Tjiptono,2007).

Hotel Sibayak Multinasional Rest House Berastagi merupakan salah satu perusahaan yang saat ini berupaya mempertahankan konsumen yang sudah ada dan berusaha memperoleh konsumen yang baru. Hotel Sibayak Multinasional terletak di jalan yang sangat strategis, mampu menyediakan pelayanan yang terbaik agar dapat membuat tamu hotel puas dan loyal sehingga hotel Sibayak Multinational mampu bertahan dalam persaingan industri perhotelan. Hal terpenting bagi pihak manajemen Hotel Sibayak adalah mengetahui dan memahami kriteria penentu jasa yang mempengaruhi keputusan tamu hotel untuk dapat membantu mereka dalam mempertahankan, memelihara, dan meningkatkan kualitas jasa yang sudah ada.

Daya tarik wisata yang dimiliki Berastagi Kabupaten Karo cukup banyak dan bervariasi diantaranya yaitu: panorama atau keindahan alam (Panorama doulu, Air Terjun Sipiso-piso, Gundaling), Danau (Lau Kawar), Gunung Berapi (Sibayak dan Sinabung), Air Panas Alam (Semangat gunung dan Debuk-debuk),

atraksi budaya (Desa Budaya Lingga, Dokan, Peceren), peningkatan sejarah (Puntung Mariam Putri Hijau-Sukanalu, Museum, Agro Wisata (Kebun Jeruk, Kol, Bunga dll dan minat khusus (Lintas Alam, Mountenering, Gantole, dll).

Keragaman objek wisata Berastagi Kabupaten Karo Menjadi daya tarik masyarakat untuk melakukan kegiatan wisatawannya, sehingga daerah ini menjadi pasar Opotensi bagi masyarakat sekitar ataupun diluar. Hal ini terkait dengan perkembangan pariwisata di Kabupaten Karo memicu perkembangan sarana akomodasi sebagai penunjang sektor pariwisata yang dapat meningkatkan pendanaan daerah. Salah satu sarana yang sangat menunjang'keberlangsungan perkembangan wisata di Kabupaten Karo adalah Industri perhotelan, dimana sarana ini berperan besar dalam memberikan fasilitas terhadap wisatawan dalam penyediaan akomodasi.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Sibyak Multinational Berastagi Kabuaten Karo”**

## 1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang penulis lakukan, maka rumusan masalah pada proposal ini adalah :

1. Apakah harga berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Sibayak Multinational Berastagi Kabupaten Karo?
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Sibayak Multinational Berastagi Kabupaten Karo?
3. Apakah harga dan kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menginap di Hotel Sibayak Multinational Berastagi Kabupaten Karo?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Ada pun tujuan dari penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh antara harga terhadap keputusan menginap di Hotel Sibayak Multinational Berastagi Kabupaten Karo.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menginap di Hotel Sibayak Multinational Berastagi Kabupaten Karo.
3. Untuk mengetahui pengaruh antara harga dan kualitas layanan terhadap Keputusan menginap di Hotel Sibayak Multinational Berastagi Kabupaten Karo.

#### 1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

##### 1. Bagi peneliti

Dapat menambah wawasan dan khususnya mengenai pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap keputusan menginap.

##### 2. Bagi Perusahaan

Dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan juga sebagai sambungan pemikiran kepada perusahaan dalam mengambil kebijakan yang berkaitan dengan pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap keputusan menginap.

##### 3. Bagi peneliti lain

Penelitian ini dapat memberikan informasi secara tertulis maupun sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang yang sama.

##### 4. Bagi akademisi

Bahwa hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi upaya pengembangan ilmu ekonomi dan manajemen serta berguna juga untuk menjadi referensi bagi mahasiswa yang melakukan penelitian terhadap kajian teori dari pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap keputusan menginap.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1. Harga

##### 2.1.1. Pengertian Harga

Sebagai pesan strategis, terutama pemasaran, kemudian penetapan harga merupakan bagian penting dari perspektif positioning, sehingga dalam implementasi keputusan harga membutuhkan koordinasi dengan keputusan untuk semua komponen pemosisian.

Menurut Noviana Kartini Widyaningrum (2015) harga adalah penentu dalam pembelian dan menjadi salah satu unsur penting dalam menentukan bagian pasar dan tingkat keuntungan perusahaan. Kotler (2014) Harga adalah sejumlah uang yang dibedakan untuk sebuah produk dan jasa yang tidak nyata maka harga dapat menjadi sebuah indikator yang dianggap mewakili kualitas jasa tersebut.

Sedangkan menurut Lupioadi (2013: 95), strategi penentuan harga sangat signifikan dalam pemberian nilai kepada konsumen dan mempengaruhi citra produk, dan keputusan konsumen untuk membeli. Penentuan harga juga berhubungan dengan pendapatan dan turut mempengaruhi permintaan saluran pemasaran.



Dalam Tjiptono (1997:152), harga memiliki dua peranan dan pengambilan keputusan :

1. Peran alokasi harga, yaitu pengunjung membandingkan harga dari berbagai alternatif yang tersedia kemudian tentukan alokasi dana yang diinginkan.
2. peranan informasi dari harga, yaitu persepsi yang sering berlaku bahwa harga mencerminkan kualitas yang akan didapatkan.

### 2.1.2. Tujuan Penetapan Harga

Pada umumnya para penjual (produsen) memiliki beberapa tujuan dalam penetapan harga atas atau jasa yang dihasilkan. Menurut Tjiptono(2008: 152) ada empat jenis tujuan penetapan harga yaitu :

1. Tujuan berorientasi pada laba

Asumsi teori ekonomi klasik menyatakan bahwa setiap perusahaan selalu memilih harga yang dapat menghasilkan laba tertinggi. Tujuan ini dikenal sebagai maksimisasi keuntungan.

2. Tujuan berorientasi pada volume

Selain tujuan berorientasi pada laba, ada pula perusahaan yang menetapkan harganya berdasarkan tujuan berorientasi pada volume tertentu. Atau yang biasa dikenal volume *pricing objectives*.

### 3. Tujuan berorientasi pada citra

Citra suatu perusahaan dapat dibentuk melalui strategi penetapan harga. Perusahaan dapat mengenakan harga tinggi untuk membangun atau mempertahankan citra bergengsi. Sedangkan harga rendah dapat digunakan untuk membentuk nilai tertentu, misalnya dengan memberikan jaminan bahwa harga tersebut adalah harga terendah di suatu daerah.

### 4. Tujuan stabilisasi harga

Dalam pasar di mana konsumen sangat sensitif terhadap harga, jika perusahaan menurunkan harga, para pesaingnya juga harus menurunkan harga mereka. Kondisi seperti inilah yang mendasari terbentuknya tujuan stabilisasi harga pada industri tertentu yang produknya terstandarisasi. Tujuan dari stabilisasi ini dilakukan dengan menetapkan harga untuk hubungan yang stabil antara harga perusahaan dan harga pemimpin industri.

#### **2.1.3. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Harga**

Menurut swasta dan Irawan (2012:242) faktor-faktor yang mempengaruhi harga adalah sebagai berikut :

1. Keadaan perekonomian
2. Penawaran dan permintaan
3. Elastisitas permintaan
4. Persaingan
5. Biaya

6. Tujuan perusahaan

7. Pengawasan Pemerintah

#### **2.2.4. Indikator Harga**

Indikator harga menurut Noviana Kartini Widyaningrum (2015) yaitu :

1. Harga sesuai dengan kualitas

Keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk, baik barang maupun jasa didasarkan pada tingkat kualitas yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan.

2. Harga sesuai dengan fasilitas

Penyediaan fasilitas memegang peranan penting dalam perkembangan perusahaan. Karena perusahaan jasa perlu memberikan fasilitas sebaik mungkin kepada konsumen untuk mencapai kepuasan pelanggan dan ingin mengulangi jasa pembelian yang diberikan oleh perusahaan.

3. Harga terjangkau

## **2.2. Kualitas Layanan**

### **2.2.1. Pengertian Kualitas Layanan**

Menurut Barata, Adya, Atep (2013:13) : pelayanan adalah proses penyedia kebutuhan akan barang dan jasa bagi pihak yang membutuhkannya. Proses layanan ini terjadi ketika barang dan jasa tidak dapat disediakan oleh individu atau

organisasi yang membutuhkannya. Menurut Wyckof (dalam Lovelock, 1988) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono,2007). Kualitas jasa sebenarnya terpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian nya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono,2000).

Sedangkan Kotler dan Keller (2007) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan, dimana persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu pelayanan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, yaitu perusahaan akan tetapi sudut pandang penilaian persepsi pelanggan. Dalam hal ini konsumen adalah pihak yang mengonsumsi dan menikmati layanan perusahaan, sehingga merekalah yang harus menentukan kualitas layanan tersebut. Persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan merupakan nilai keseluruhan untuk keunggulan atau layanan (Tjiptono, 2006).

### **2.2.2. Jenis-jenis Pelayanan**

Jenis-jenis layanan yang diberikan pada pelanggan dapat dikelompokkan menjadi 3 macam (Brata, Adya, Atep (2013) :

1. Pemberian jasa-jasa
2. layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan barang-barang saja
3. Layanan ganda yang berkaitan dengan kedua-duanya.

Jenis-jenis layanan yang harus diberi kepada pelanggan sangat tergantung pada kebutuhan, keinginan, dan kemampuan pihak penyedia layanan yang bersangkutan.

### 2.2.3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler (2012:499), menentukan bahwa ada 5 penentu mutu saja. Kelimanya disajikan secara berturut-turut berdasarkan tingkat kepentingannya, diantaranya:

- a. *Tangibles* (bukti langsung) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi saran fisik, peralatan, personel dan komunikasi.
- b. *Emphaty* (empati), termasuk dalam menjalin hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan.
- c. *Reliability* (keandalan) adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- d. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu kesigapandan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan tanggap.
- e. *Asurance* (jaminan) yaitu kemampuan dan keterampilan petugas, keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

### 2.2.4. Indikator Kualitas Pelayanan

Masing-masing dimensi memiliki indikator sebagai berikut (Kotler dan Keller 2007) :

1. Untuk dimensi *Tangible* (Berwujud), terdiri atas indikator:
  - a. Penampian petugas/aparatur daam meayani peanggan
  - b. Kenyamanan tempat melakukan pelayanan
  - c. Kedisiplinan petugas/aparatur dalam melakukan pelayanan
  - d. Kemudahan proses dan akses pelayanan
  - e. Penggunaan alat bantu dalam pelayanan
2. Untuk dimensi *reliability* (kehandalan), terdiri atas indikator
  - a. Kecermatan petugas dalam melayani pelanggan
  - b. Memiliki standar pelanggan yang jelas
  - c. Kemampuan petugas /aparatur dalam melakukan alat bantu dalam proses pelayanan
  - d. Keahlian petugas dalam menggunakan alat bantu dalam proses pelayanan
3. Untuk dimensi *Responsiveness* (Respon/ketanggapan), terdiri atas indikator :
  - a. Merespon setiap pelanggan yang ingin mendapatkan pelayanan
  - b. Petugas melakukan pelayanan dengan tepat dan cepat
  - c. Petugas melakukan pelayanan dengan cermat
  - d. Semua keluhan pelanggan direspon oleh petugas
4. Untuk dimensi *Assurance* (jaminan), terdiri atas indikator

- a. Petugas memberikan jaminan tepat waktu dalam pelayanan
  - b. Petugas memberikan jaminan legalitas dalam pelayanan
  - c. petugas melayani dengan sikap sopan santun
  - d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)
  - e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan
5. Untuk dimensi *Empathy* (Empati), terdiri atas indikator :
- a. mendahulukan kepentingan pemohon/pelanggan
  - b. Petugas melayani dengan sikap ramah
  - c. Petugas melayani dengan sikap sopan santun
  - d. Petugas melayani dengan tidak diskriminatif (membeda-bedakan)
  - e. Petugas melayani dan menghargai setiap pelanggan

### **2.3. Keputusan Menginap**

#### **2.3.1. Pengetian Keputusan Pembelian**

Fitri, widyarini (2014) Menyebutkan bahwa membeli merupakan proses pembelian yang nyata. Tahap dari proses keputusan pembelian yaitu ketika konsumen benar-benar membeli produk. Pada umumnya, keputusan membeli konsumen adalah membeli merek yang paling disukai.

Menurut Kotler (2007:223) Keputusan pembelian adalah “beberapa tahapan yang dilakukan oleh konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian suatu

produk". Pengertian keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan pembelian dimana konsumen benar-benar membeli.

Menurut Sutisna dan Sunyono (2013:86), ada tiga hal penting dalam memahami model keputusan pembelian konsumen yaitu :

- a. Dengan adanya model, pandangan terhadap perilaku konsumen bisa dilihat dari prespektif yang terintegrasi
- b. Model keputusan pembelian konsumen dapat dijadikan dasar untuk segmentasi dan positioning.
- c. Model keputusan pembelian konsumen dapat dijadikan dasar untuk segmentasi dan *positioning*

### **2.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian**

Menurut Rangkuti (2009:256), keputusan pembelian konsumen dipengaruhi oleh empat faktor, yakni :

#### **1. Faktor Budaya**

- a. Budaya, yang merupakan penentu kegiatan dan perilaku yang paling mendasar.
- b. Sub-budaya, yaitu merupakan bagian lebih kecil dari masing-masing budaya yang memberikan lebih banyak ciri dan sosialisasi khusus bagi anggota-anggotanya.



- c. Kelas sosial, yaitu pembagian masyarakat yang relatif homogen dan permanen, yang tersusun secara hierarkis dan yang anggotanya menganut nilai, minat dan perilaku serupa.

## 2. Faktor pribadi

Terdiri dari umur dan tahapan siklus hidup, pekerjaan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri. Keputusan seorang pembeli juga dipengaruhi oleh karakteristik pribadi seperti umur dan tahap daur hidup pembeli, jabatan, keadaan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri pembeli yang bersangkutan.

## 3. Faktor Psikologis

- a. Motivasi
- b. Persepsi
- c. Keyakinan dan sikap

### 2.3.3. Proses Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan sebelumnya.

Menurut Kotler (2009:223), tahap evaluasi alternatif dan keputusan pembelian terdapat minat awal, mengukur kecenderungan pelanggan untuk melakukan suatu tindakan tertentu terhadap produk secara keseluruhan. Kotler telah merumuskan proses pengambilan keputusan model lima tahap, meliputi :

- a. Pengenalan masalah
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku pasca pembelian

#### **2.3.4. Indikator Keputusan Pembelian**

Keputusan konsumen timbul karena adanya penelitian objektif atau karena dorongan emosi. Keputusan untuk bertindak adalah hasil dari serangkaian aktivitas dan rangsangan mental emosional. Proses untuk menganalisa, merasakan dan memutuskan, pada dasarnya adalah sama seperti seorang individu dalam memecahkan banyak permasalahannya.

Terdapat indikator dari keputusan pembelian, dalam penelitian Fitri, Widyarini K (2014) menyebutkan bahwa indikator dari keputusan pembelian konsumen yaitu :

##### **1. Letaknya strategis**

Letak suatu tempat dimana letaknya mudah dalam mendapatkan sumber daya alam, perekonomian atau mata pencaharian bagus, memiliki iklim yang bagus cepat , mudah dan efisien.

## 2. Pemilihan penyedia jasa

Jasa adalah kegiatan yang memberi manfaat. Kegiatan ini ditawarkan suatu pihak penjual ke pihak laian (pembeli) tanpa wujud dan tanpa menghasilkan kepemilikan. Proses produksi dari produk jasa bisa melibatkan suatu produk fisik atau tidak.

### 2.4. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang digunakan adalah sebagai dasar dalam penyusunan penelitian. Tujuannya adalah untuk mengetahui hasil yang telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, sekaligus sebagai dalam perbandingan gambaran yang dapat mendukung penelitian berikutnya yang sejenis. Kajian yang digunakan yaitu mengenai, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan menginap di hotel. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian :

**Table 3.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu**

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1.	Fatchurohman 2011	Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Di Hotel Kudus Permata Slawi	Berdasarkan penelitian menunjukkan bahwa secara simultan harga dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan menginap konsumen di Hotel Kudus Permata Slawi dengan besarnya pengaruh 52,9%.
2.	Andres Lukita 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pelanggan	Berdasarkan analisis dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa Variable Tangible, realibility,

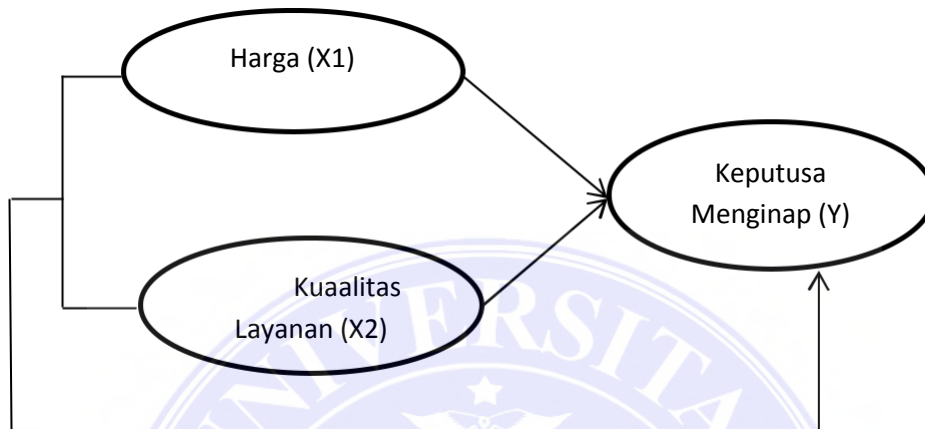
		Menginap Pada hotel Duta di Lampung Utara	responsiveness, dan empathy mempengaruhi keputusan pelanggan menginap pada Hotel Duta Lampung Utara
3.	Sri Hartanai 2017	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, dan Lokasi Terhadap keputusan Konsumen Untuk Menginap di Hotel Sakura Palangkaraya	Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangkaraya
4.	Karnelis 2017	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Hotel Kartika	Berdasarkan hasil penelitian maka bauran pemasaran jasa hotel Kartika Langsa secara persial melalui variabel, produk, harga, dan customer service berpengaruh signifikan terhadap keputusan pengguna jasa hotel Kartika Langsa, sedangkan promosi, lokasi dan proses berpengaruh tidak signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di hotel Kartika Langsa.
5.	Citra Dewi Anggraini	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Untuk Menginap di Dermawa Hotel Malang	Berdasarkan hasil analisis penelitian maka dapat disimpulkan bahwa produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan tamu hotel Syariah.

## 2.5. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konseptual menurut variabel yang diteliti beserta indikatornya. Kerangka konseptual dari suatu gejala

sosial yang memadai dapat diperkuat untuk menyajikan masalah penelitian dengan cara yang jelas dan dapat diuji (Sugiyono:2012).

Adapun kerangka konsep dalam penelitian ini adalah :



## 2.6. Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono (2014:123) merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan. Hipotesis ini nanti yang akan diuji sehingga hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

H1 : Harga berpengaruh terhadap keputusan menginap pada Hotel Sibayak Multinational Berastagi.

H2 : Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan menginap pada Hotel Sibayak Multinational Berastagi.

H3 : Harga dan Kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan menginap pada Hotel Sibayak Multinational Berastagi.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### 3.1. Jenis, Lokasi Waktu Penelitian

##### 3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan penelitian asosiatif. Menurut Sugiyono (2016:21) Metode asosiatif adalah penelitian yang bertujuan untuk-mengetahui hubungan dua variabel atau lebih.

Menurut Sugiyono (2012:122), sifat penelitian adalah menjelaskan (*descriptive explanatory*) yaitu bertujuan untuk menjelaskan kedudukan antar variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antar variabel. Sedangkan menurut sugiyono (2015: 37), hubungan kualitas adalah hubungan-hubungan yang bersifat sebab akibat. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap keputusan menginap.

##### 3.1.2. Lokasi Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Hotel Sibyak Multinational Berastagi Jl. Pendidikan, Jaranguda.Kec. Berastagi, Kabupaten Karo, SUMUT.

##### 3.1.3. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan akan dilakukan bulan Oktober sampai dengan selesai. Berikut ini rencana penelitian dapat dilihat pada tabel 3.1

Tabel 3.1 Rencana Penelitian

No	Kegiatan	Okt 2019	Nov 2019	Des 2019	Jan 2020	Sep 2020	Nov 2020
1.	Penyusunan Proposal	■	■				
2.	Seminar Proposal			■			
3.	Pengambilan Data survai				■		
4.	Pengumpulan Data						
5.	Seminar Hasil					■	
6.	Penyelesaian dan Bimbingan Skripsi						■
7.	Sidang Meja Hijau						■

## 3.2. Populasi dan Sample

### 3.2.1 Populasi

Sebelum mengetahui populasi dan sample yang ditetapkan pada penelitian ini, terlebih dahulu dikemukakan tentang pengertian populasi dan sample. Menurut Sugiyono (2016:80) populasi yang diambil adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan atau tamu di Hotel Sibayak Multinational Berastagi dengan populasi 900 orang (pelanggan) perbulannya di hari libur dan di hari biasa.

### 3.2.2. Sample Penelitian

Menurut Sugiyono (2010:50) Sampel adalah sebagian dari populasi yang dimaksud. Sempel merupakan penarikan sebagai populasi untuk mewakili seluruh populasi. Adapun teknik pengambilan sampel adalah *nonprobability sampling* dengan cara *accidental sampling*, pengambilan sampel dilakukan secara kebetulan jika sampel yang akan dijadikan obejek sesuai untuk diteliti. Dengan demikian

maka dalam teknik penetapan sampel ini terbuka untuk semua konsumen pada Hotel Sibyak Multinational Berastagi. Dari jumlah populasi 900 perbulanya jika hari biasa , maka digunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

$$n = 90 \text{ (responden)}$$

### 3.3. Defenisi dan Oprasional Variabel

#### 3.3.1. Defenisi Variabel

Variabel adalah suatu sebutan yang dapat diberi nilai angka kuantitatif atau nilai mutu (kualitatif). Variabel merupakan pengelompokan secara logis dari dua atau lebih atribut dari objek yang diteliti (Noor, 2011: 47). Terdapat dua jenis variabel dalam penelitian ini, Yaitu:

##### 1. Variabel terikat

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan menginap konsumen di Hotel Sibyak Multinational Berastagi (Y).



## 2. Variabel bebas

Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel independen (terikat). Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah harga(X1) dan Kualitas layanan (X2).

### 3.3.2. Operasional Variabel

Operasional Variabel ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Tabel 3.2. Operasional variable**

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala
1	<b>Harga (X1)</b>	Harga adalah sejumlah uang yang dibedakan untuk sebuah produk atau jasa yang tidak nyata, maka harga dapat menjadi sebuah indikator yang dianggap mewakili kualitas jasa tersebut. (Noviana Kartini Widyaningrum 2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Harga sesuai kualitas</li> <li>- Harga sesuai fasilitas</li> <li>- Harga terjangkau. (Noviana Kartini Widyaningrum 2015)</li> </ul>	Likert
2	<b>Kualitas Layanan (X2)</b>	Kualitas Layanan adalah Proses penyedia kebutuhan akan barang dan jasa bagi pihak yang membutuhkan nya. Proses pelayanan ini terjadi jika barang dan jasa tidak dapat disediakan sendiri oleh individu atau organisai yang membutuhkan nya. (Kotler dan Keller 2007)	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tangible (berwujud)</li> <li>- Realibility (Kehandalan)</li> <li>- Responsiveness (Respon/tanggapa)</li> <li>- Asurance (jaminan)</li> <li>- Emphaty (empati). (Kotler dan Keller 2007)</li> </ul>	Likert
3	<b>Keputusan Menginap (Y)</b>	Keputusan pembelian merupakan suatu proses pengambilan keputusan akan pembelian yang mencakup penentuan apa yang akan dibeli atau tidak melakukan pembelian dan keputusan itu diperoleh dari kegiatan-kegiatan	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Letaknya strategis</li> <li>- Pemilihan penyedia jasa. (Fitri, Widyarini K 2014)</li> </ul>	Likert

		sebelumnya. (Fitri, Widyarini K 2014)		
--	--	---	--	--

### 3.4 Jenis Sumber Data

#### 3.4.1. Jenis Data

Jenis yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yang menggambarkan secara sistematis mengenai pengaruh kualitas jasa dan citra merek terhadap keputusan konsumen dalam memilih penginapan Hotel Sibayak Multinational Berastagi. Dengan metode ini diharapkan dapat memperoleh data dan informasi yang diperlukan dalam penelitian, sebagaimana yang dikemukakan oleh soryono (2010), penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menyelidiki, menggambarkan, menjelaskan, menemukan kualitas atau keistimewaan dari pengaruh sosial yang tidak dapat dijelaskan, diukur atau digambarkan melalui pendekatan kuantitatif.

#### 3.4.2. Sumber data

Sumber data dari penelitian ini adalah dengan menggunakan data primer dan skunder:

1. Data primer dalam penelitian ini adalah sumber data yang diperoleh langsung dari responden yaitu tamu jasa penginapan Hotel Sibayak Multinational Berastagi.
2. Data sekunder dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh melalui data yang telah diteliti dan dikumpulkan oleh pihak lain yang berkaitan dengan permasalahan penelitian.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data di lapangan dilakukan dengan cara:

1. Observasi (pengamatan), yaitu mengadakan pengamatan secara langsung terhadap situasi perkembangan instansi yang diteliti dan prosedur yang ada pada instansi saat dilakukannya riset.
2. Wawancara (*interview*), yaitu menanyakan tanya jawab kepada pihak perusahaan yang berwenang untuk memberikan informasi atau data yang dibutuhkan.
3. Kuesioner yaitu teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden penumpang, dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan dengan menggunakan skala likert's dengan bentuk checklist, dimana setiap pertanyaan memiliki 5 opsi yaitu sebagai berikut:

**Tabel 3.3. skala likert's**

Pertanyaan	Bobot
-sangat setuju (ST)	5
-setuju (S)	4
-Kurang setuju (KS)	3
-Sangat setuju (SS)	2
- Sangat tidak setuju (STS)	1

### 3.6. Metode Pengumpulan Data

#### 3.6.1 Metode Analisa Deskriptif

Memiliki tujuan untuk memberikan gambaran (deskriptif) mengenai suatu data agar data yang tersaji menjadi mudah dipahami dan informatif bagi yang membacanya.

#### 3.6.2. Uji Validitas dan Reabilitas

##### a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Jadi validitas ingin mengukur apa yang hendak kita ukur Ghozali (2016). Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 20 dengan kriteria sebagai berikut :

1) Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$  , maka pertanyaan dinyatakan valid.

2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  , maka pertanyaan dinyatakan tidak

##### valid. b. Uji Reabilitas

Uji reabilitas berkaitan dengan hasil pengukuran yang dilakukan untuk menguji apakah jawaban dari responden konsisten atau stabil. Sugito (2005:51) mengatakan bahwa suatu kuesioner dikatakan reliabel (dapat dipercaya) jika setelah digunakan beberapa kali dapat memberikan hasil pengukuran relatif sama. Untuk menguji reabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik Cronbach Alpha. Metode ini diukur berdasarkan skala Alpha Cronbach 0 sampai 1. Jika skala itu dikelompokkan ke dalam lima kelas dengan

rentang yang sama, maka ukuran kematangan alpha dapat diterprestasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliabel

#### c. Uji Asumsi Klasik

Penelitian menggunakan analisis regresi untuk melihat pengaruh antara variabel dependen terhadap variabel indepenen. Sebagai alat statistik parametrik, analisis regresi membutuhkan asumsi yang perlu sebelum dilakukannya analisis, Uji asumsi klasik meliputi sebagai berikut:

##### 1. Uji Normalitas sebaran

Yaitu untuk mengetahui apakah data diambil telah mengikuti sebaran distribusi normal atau tidak. Tujuan uji ini adalah untuk generalisasi hasil analisis sample.

##### 2. Uji Multikolinieritas

Berarti adanya hubungan linier yang sempurna atau pasti diantara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikoloniearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan Variante Inflation Factor (VIP) dengan membandingkan sebagai berikut:

a)  $VIF < 5$  maka tidak terdapat multikolinearitas

b) Tolerance  $> 0,1$  maka tidak terdapat multikolinearitas

### 3. Uji Heteroskedastisitas atau homogenitas

Uji Heteroskedastisitas adalah untuk mengetahui apakah data yang dianalisis mempunyai kesamaan varian antar kelompok tidak sama, maka analisis tidak boleh dilakukan karena hampir pasti sudah berada.

### 4. Uji Regresi Linear Berganda

Penelitian menggunakan analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Peneliti menggunakan bantuan program software SPSS persamaan regresi berganda yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Dimana :

Y = Variabel terikat (Keputusan

Mengingat)  $X_1$  = Variabel bebas (Harga

$X_2$  = Variabel bebas (Kualitas

Layanan) a = Konstanta

$b_{1,2}$  = Koefisien Regresi

e = Standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,05 (5%)

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Parsial (Uji t)

Uji - statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 95%.

Kriteria Pengujian:

$t_{hitung} > t_{tabel}$  = Ho ditolak, H1 diterima

$t_{hitung} < t_{tabel}$  = Ho diterima, H1 ditolak

### 2. Uji Simulasi (Uji F)

Kriteria Pengajuan:

Jika F penelitian  $>$  F tabel maka Ho ditolak H1 diterima

Jika F penelitian  $<$  tabel maka Ho diterima dan H1 ditolak

### 3. Koefisien Determinasi

Teknik ini digunakan untuk mengetahui berapa persen besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat perhitungannya dilakukan dengan mengkuadratkan nilai koefisien produk moment ( $r_{xy}$ ) dan dikalikan 100% (seratus persen).

$$D = (r_{xy})^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Koefisien determinasi

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi product moment antar X dengan Y

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan tentang pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Keputusan Menginap di Hotel Sibayak Multinational Berastagi. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Harga terhadap Keputusan Menginap pada Hotel Sibayak Multinational Berastagi. Hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 4,640 dengan nilai signifikan 0,000 dimana nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0.304.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kualitas layanan terhadap keputusan menginap pada Hotel Sibayak Multinational Berastagi. Hal ini ditunjukkan dari nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,401 dengan nilai signifikan 0.001 dimana nilai signifikan lebih kecil dari 0.05 ( $0.001 < 0.05$ ), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0.248.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kualitas layanan secara bersama-sama terhadap keputusan menginap pada Hotel Sibayak Multinational Berastagi. Hal ini dibuktikan dari nilai  $F_{hitung}$  sebesar 24.521 dengan nilai signifikan 0.000 lebih kecil dari 0.05 ( $0.000 < 0.05$ ). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa nilai *adjusted* ( $R^2$ ) adalah 0.346 atau 34,6% artinya 34,6% sisanya sebesar 65,4% dijelaskan oleh sebab-sebab yang lain yang tidak diketahui dalam penelitian ini.



### 5.3 saran

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan, dan kesimpulan yang diperoleh, maka saran yang dapat diberikan sebagai berikut :

1. Bagi pihak perusahaan atau Hotel Sibayak Multinational Berastagi, diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan masukan berkaitan dengan harga dan kualitas pelayanan sehingga keputusan menginap konsumen juga akan semakin meningkat.
2. Perusahaan sebaiknya menawarkan harga yang terjangkau agar konsumen lebih tertarik untuk mengambil keputusan pembelian. Oleh karena itu, hotel Sibayak Multinational Berastagi perlu memperhatikan harga dari pesaing dan mempertahankan kualitasnya agar konsumen merasa puas dan keseimbangan antara harga dan kualitas yang didapatkan nya.
3. Untuk meningkatkan keputusan pembelian disarankan bagi pihak perusahaan untuk selalu berinovasi menciptakan desain yang inovatif terutama dalam hal model ruangan serta suasana yang nyaman.
4. Untuk peneliti selanjutnya hasil penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan dalam melakukan penelitian berikutnya dan melakukan penelitian dengan mengembangkan penelitian tersebut dengan mencari faktor lain menggunakan variabel yang berbeda.

## DAFTAR PUSTAKA

- Barata. 2013. *Marketing*, Jakarta Indonesia : Penerbit Ghalia.
- Ghozli, Imam.2013. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21 update PLS Regresi*,Edisi 7. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler, Philip. 2013. *Manajemen Pemasaran*, Jidid 1 dan 2. Pt Indeks.
- \_\_\_\_\_. 2010. *Manajemen Pemasaran* : Jakarta : PT, Glora AksaraPratama.
- Kotler, philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*, edisi 13 Jilid 1, Jakarta : Erlangga.
- \_\_\_\_\_.2009. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : Glora AksaraPratama.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2007. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1 : Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Kotler, Keller.2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12, Jakarta : Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa* : Jakarta : Selemba Empat
- Noor, Juliansah. 2011. *Metodologo Penelitian*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Praktik Riset Prilaku Konsumen*, yogyakarta : CPAS
- Sugiyono, 2010. *Metodologi Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : CV Alfabeda.
- \_\_\_\_\_, 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*: Bandung : PTAlfabet.
- Sunyoto, Suyanto 2011. *Analisis regresi Untuk Uji Hipotesis*, Yogyakarta. Caps.

Suparanto, j. 2006. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Cetakan Ketiga.  
Rineka Cipta : Jakarta.

Swasta, Basu dan Irawan. 2012. *Manajemen Pemasaran Modren*, Edisi ke 2.  
Yogyakarta : Liberi Offset.

Swasta, Basu. 2007 *Azas-azas Marketing*. Yogyakarta : Penerbit  
Liberty Yogyakarta.

Tjiptono, 2008. *Strategi Pemasaran*, edisi 2, Yogyakarta : Penerbit Andi.

Tjiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*, Yogyakarta : Andi Offset.

\_\_\_\_\_. 2007. *Pemasaran Jasa*, Malang : Bayumedia

\_\_\_\_\_. 2000. *Strategi Pemasaaran*, Yogyakarta : Adi

\_\_\_\_\_. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Malang : Bayu Media  
Publising

## JURNAL

Nurokti, Apriatni, Agung, 2015, **”Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Menginap Di Pondok Serrata Hotel Semarang”**

Sri Hartini, 2017, **”Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Hotel Sakura Palangkaraya”**

Andri Wijiatmoko, 2016, **“Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Lokasi Terhadap Keputusan pembelian Hotel Syariah”**

Andreas Lukita, 2017, **”Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan Menginap Pada Hotel Duta di Lampung Utara”**

Fatchurohman, 2011, **“Pengaruh Harga dan Kualitas layanan Terhadap Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Kudus Permata Slawi”**

Noviana, 2015. **“Pengaruh Service Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Amaris Surabaya”**

Karnelis, 2017. **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Hotel Kartika Langsa”**

Muhammad Supriyanto, 2018. **“Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Pengambilan Keputusan Menginap di The Sun Hotel Madiun”**

Destiana Baetie, 2018. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Tamu Hotel Niagara Parapat Provinsi Sumatera Utara”**



## LAMPIRAN 1

### KUESIONER

#### PENGARUH HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL SIBAYAK MULTINATIONAL BERASTAGI

Kuesioner ini bertujuan untuk memperoleh data dalam penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan Terhadap keputusan Menginap di Hotel Sibayak Multinational Berastagi”**. Oleh sebab itu saya berharap Bapak/Ibu/Saudara/i bisa membantu memberikan pendapat dan jawaban yang sebenarnya. Atas kerjasama dan perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

#### I. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan dengan cermat sebelum anda menjawab
2. Pilihlah salah satu jawaban anda serta beri tanda Check List (√) pada kolom yang tersedia sesuai jawaban
3. Angket ini bertujuan hanya untuk mendapatkan / mengumpulkan data bersedia mengisi angket pertanyaan ini
4. Terimakasih sebelumnya atas bantuan Bapak/Ibu/Saudara, yang telah bersedia mengisi angket pertanyaan ini
5. Ada lima alternatif jawaban, yaitu:

Sangat Setuju (SS)	: diberi skor 5
Setuju (S)	: diberi skor 4
Kurang Setuju (KS)	: diberi skor 3
Tidak Setuju (TS)	: diberi skor 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	: diberi skor 1

## II. Karakteristik Responden

Nomor Responden:

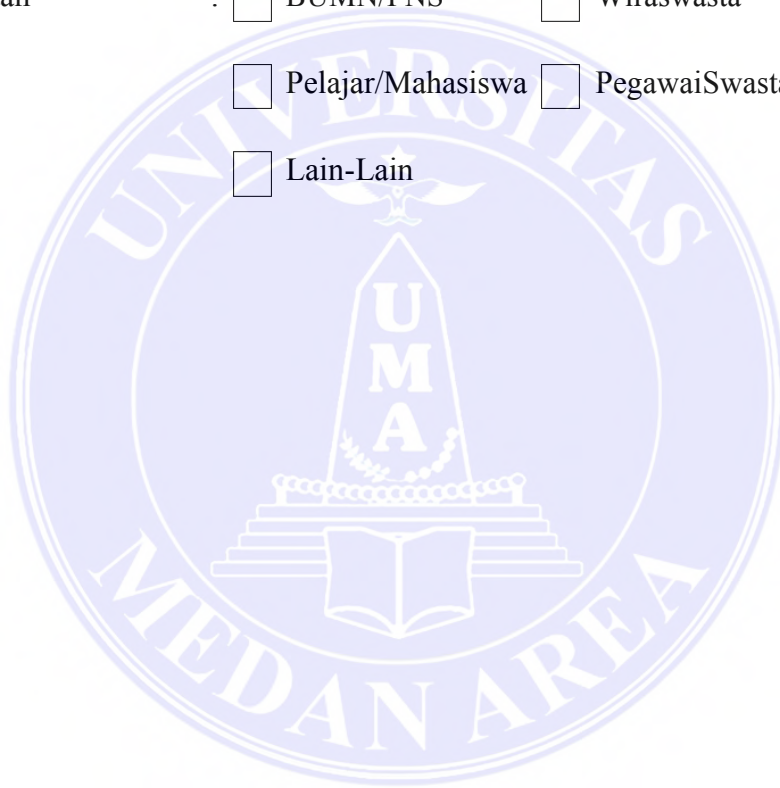
Jenis Kelamin :  Perempuan  Laki-Laki

Umur :  17-25  26-35  36-45  46 >

Pekerjaan :  BUMN/PNS  Wiraswasta

Pelajar/Mahasiswa  Pegawai Swasta

Lain-Lain



## DAFTAR PERTANYAAN

<b>Keputusan Menginap (Y)</b>						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>(Letak Strategis)</b>						
1.	Saya memilih menginap di Hotel Sibayak Multinational Berastagi karena letaknya strategis					
2.	Hotel Sibayak Multinational Berastagi dekat dengan Kota dan pusat perbelanjaan					
<b>(Penyedia Jasa)</b>						
3.	Saya sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas Hotel Sibayak Multinational Berastagi					
4.	Petugas Hotel Sibayak Multinational Berastagi memberi informasi yang jelas dan mudah dimengerti					
<b>Harga (X<sub>1</sub>)</b>						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>(kualitas)</b>						
1.	Harga sesuai dengan kualitas yang ditawarkan oleh Hotel Sibayak Multinational Berastagi					
2.	Hotel Sibayak Multinational Berastagi memberikakan kualitas yang tidak kalah saing dengan hotel-hotel lainnya					
<b>(Fasilitas)</b>						
3.	Fasilitas yang disediakan oleh Hotel Sibayak Multinational Berastagi sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen					
4.	Saya sangat puas dengan fasilitas-fasilitas yang tersedia di Hotel Multinational Sibayak Berastagi					
<b>(Harga Terjangkau)</b>						
5.	Harga yang ditawarkan oleh Hotel Sibayak					

	Multinational berastagi relatif terjangkau					
6.	Hotel sibayak Multinational Berastagi menjual produk dan jasa yang berkualitas dan terjangkau					
<b>Kualitas Layanan (X2)</b>						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
<b>Berwujud (<i>Tangible</i>)</b>						
1.	Pelayanan yang di berikan Hotel Sibayak Multinational Berastagi sangat memuaskan					
<b>Kehandalan (<i>Realibity</i>)</b>						
2.	Karyawan Hotel Sibayak Multinational Berastagi sangat membantu dalam memilih fasilitas dan layanan yang saya butuhkan					
<b>Respon (<i>Responsiveness</i>)</b>						
3.	Para petugas Hotel Sibayak Multinational Berastagi memberi respon yang baik kepada konsumen					
<b>Jaminan (<i>Assurance</i>)</b>						
4.	Karyawan Hotel Sibayak Multinational Berastagi dapat di andalkan dalam menjamin mutu dan kualitas produk dan jasa					
<b>Empati (<i>Emphaty</i>)</b>						
5.	Karyawan Hotel Sibayak Multinational Berastagi sangat peduli dengan apayang di butuhkan oleh konsumen					



## LAMPIRAN 2

### Distribusi Jawaban Responden

DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL HARGA (X1)							
ITEM							
No.Resp	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL
1	5	5	5	5	5	5	30
2	5	5	4	4	4	5	27
3	5	5	5	4	5	5	29
4	5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	4	5	5	29
6	5	5	5	5	5	5	30
7	5	5	5	5	4	5	29
8	5	5	4	2	2	5	23
9	5	5	5	5	5	5	30
10	5	5	5	5	4	5	29
11	5	5	5	5	4	5	29
12	5	5	4	4	3	5	26
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	5	4	5	4	26
15	4	4	5	5	4	4	26
16	5	5	4	5	4	5	28
17	5	5	5	4	5	5	29
18	5	5	4	4	5	5	28
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	5	4	4	4	25
21	5	5	4	4	4	5	27
22	5	5	3	5	5	5	28
23	4	4	4	5	5	4	26
24	5	5	5	5	4	5	29
25	5	5	4	5	4	5	28
26	5	5	5	5	5	5	30
27	4	4	5	4	4	4	25
28	5	5	4	5	5	5	29
29	5	5	5	4	4	5	28
30	5	5	5	5	4	5	29
31	5	5	5	5	4	5	29
32	5	5	5	4	4	5	28
33	4	4	5	4	5	4	26
34	4	4	5	4	5	4	26
35	5	5	5	5	5	5	30

36	5	5	5	5	4	5	29
37	5	5	5	5	4	5	29
38	4	4	5	4	4	4	25
39	4	4	3	4	3	4	22
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	5	4	4	25
42	5	5	4	5	4	5	28
43	5	5	4	5	5	5	29
44	5	5	4	5	5	5	29
45	5	5	3	4	5	5	27
46	4	4	4	4	4	4	24
47	4	4	4	4	4	4	24
48	4	4	4	4	4	4	24
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	4	5	5	5	29
53	5	5	5	4	4	5	28
54	5	5	5	2	5	5	27
55	5	5	5	5	5	5	30
56	5	5	5	5	5	5	30
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	4	4	4	5	27
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	5	5	4	5	29
61	5	5	5	5	5	5	30
62	5	5	4	4	5	5	28
63	4	4	4	4	5	4	25
64	4	4	5	4	5	4	26
65	4	5	5	5	5	4	28
66	5	5	4	4	4	5	27
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	4	5	4	4	5	27
70	5	5	5	5	5	5	30
71	3	4	4	4	3	3	21
72	4	4	4	5	5	4	26
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	4	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24
76	4	4	4	4	4	4	24

77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	5	5	5	5	5	5	30
80	4	4	3	5	5	4	25
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	4	5	5	4	26
83	4	4	4	4	4	4	24
84	4	4	4	3	4	4	23
85	4	4	3	4	2	4	21
86	4	4	3	4	4	4	23
87	4	4	4	4	4	4	24
88	4	4	4	4	5	4	25
89	4	4	4	4	4	4	24
90	4	4	4	5	4	4	25

DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KUAITAS LAYANAN						
ITEM						
No. Rest	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
1	4	4	4	4	4	20
2	4	5	4	4	4	21
3	5	5	4	5	5	24
4	4	2	4	4	4	18
5	4	5	5	5	5	24
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	5	5	25
8	4	3	3	3	4	17
9	4	4	4	5	5	22
10	4	5	5	5	5	24
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	4	5	21
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	5	5	5	23
15	4	4	4	4	5	21
16	4	4	5	5	5	23
17	5	4	5	4	5	23
18	3	4	5	3	4	19
19	5	4	4	5	4	22
20	4	4	4	5	4	21
21	5	4	5	5	4	23
22	5	4	4	5	3	21

23	4	4	5	5	4	22
24	4	5	5	4	5	23
25	4	5	5	5	5	24
26	5	5	5	5	5	25
27	5	4	5	4	5	23
28	5	5	4	5	4	23
29	4	3	4	4	4	19
30	4	5	5	5	5	24
31	4	4	4	4	4	20
32	4	4	4	4	4	20
33	5	4	4	4	5	22
34	5	4	5	4	5	23
35	4	4	5	4	4	21
36	4	4	4	4	4	20
37	4	4	4	5	3	20
38	3	5	4	5	4	21
39	3	5	5	5	5	23
40	3	5	5	5	5	23
41	3	5	5	5	5	23
42	4	4	4	4	5	21
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	5	4	4	21
46	5	5	4	5	4	23
47	5	5	5	5	4	24
48	4	5	4	4	4	21
49	4	4	4	4	4	20
50	4	4	4	4	4	20
51	4	5	4	4	4	21
52	5	5	4	5	5	24
53	4	2	4	4	4	18
54	4	5	5	5	5	24
55	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	5	25
57	4	3	3	3	4	17
58	4	4	4	5	5	22
59	4	5	5	5	5	24
60	5	5	5	5	5	25
61	4	4	4	4	5	21
62	4	4	4	4	4	20
63	4	4	5	5	5	23

64	4	4	4	4	5	21
65	5	4	5	4	5	23
66	3	4	5	3	4	19
67	5	4	4	5	4	22
68	4	4	3	4	4	19
69	4	4	4	4	4	20
70	5	5	2	4	5	21
71	3	3	3	4	3	16
72	4	4	5	5	5	23
73	4	4	4	4	4	20
74	4	4	4	3	4	19
75	5	4	4	4	4	21
76	4	4	4	4	4	20
77	4	4	4	4	4	20
78	4	4	4	4	4	20
79	5	5	4	5	4	23
80	1	3	2	3	4	13
81	4	4	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	4	4	4	4	4	20
84	5	3	4	4	4	20
85	4	4	3	4	3	18
86	4	5	4	5	5	23
87	5	5	4	5	4	23
88	4	4	4	4	4	20
89	4	4	5	5	5	23
90	4	4	4	4	4	20

DATA HASIL PENELITIAN VARIABEL KEPUTUSAN MENGINAP (Y)					
ITEM					
No.RESP	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	TOTAL
1	5	5	5	5	20
2	5	5	4	4	18
3	5	4	4	5	18
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	4	19
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	4	5	4	5	18
9	5	5	5	5	20
10	4	5	4	4	17
11	5	5	5	5	20
12	5	5	4	5	19
13	5	4	4	4	17
14	5	5	4	5	19
15	5	5	4	5	19
16	5	5	4	4	18
17	5	5	5	5	20
18	5	5	4	4	18
19	5	5	5	4	19
20	5	5	4	4	18
21	5	4	4	4	17
22	5	5	3	4	17
23	5	4	4	4	17
24	4	5	5	5	19
25	5	4	4	5	18
26	5	5	5	5	20
27	5	5	4	5	19
28	5	5	4	5	19
29	5	5	4	4	18
30	5	5	4	5	19
31	4	5	4	4	17
32	5	4	4	4	17
33	4	4	3	4	15
34	4	4	4	5	17
35	4	5	3	5	17
36	4	5	4	5	18

37	4	5	4	5	18
38	5	5	4	5	19
39	5	4	5	4	18
40	5	4	5	4	18
41	5	4	5	4	18
42	5	5	4	4	18
43	4	5	4	5	18
44	4	5	4	5	18
45	4	4	5	5	18
46	4	4	5	5	18
47	4	5	3	5	17
48	4	5	4	5	18
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	4	16
51	5	5	5	5	20
52	5	5	4	4	18
53	5	4	4	5	18
54	4	4	4	4	16
55	5	5	5	4	19
56	5	5	5	5	20
57	5	5	5	5	20
58	4	5	4	5	18
59	5	5	5	5	20
60	4	5	4	4	17
61	5	5	5	5	20
62	5	5	4	5	19
63	5	4	4	4	17
64	5	5	4	5	19
65	5	5	4	5	19
66	5	5	4	4	18
67	5	5	5	5	20
68	4	4	4	4	16
69	4	4	4	4	16
70	4	4	4	5	17
71	2	2	2	2	8
72	5	4	5	4	18
73	4	4	4	3	15
74	4	4	4	4	16
75	4	4	4	2	14
76	4	4	4	4	16
77	4	4	4	3	15

78	5	5	5	5	20
79	5	4	5	5	19
80	4	4	4	3	15
81	4	4	4	4	16
82	4	4	4	4	16
83	4	4	4	4	16
84	4	4	4	4	16
85	5	4	4	5	18
86	5	5	5	5	20
87	5	4	5	3	17
88	4	4	5	5	18
89	4	4	4	5	17
90	4	4	4	4	16

### LAMPIRAN 3

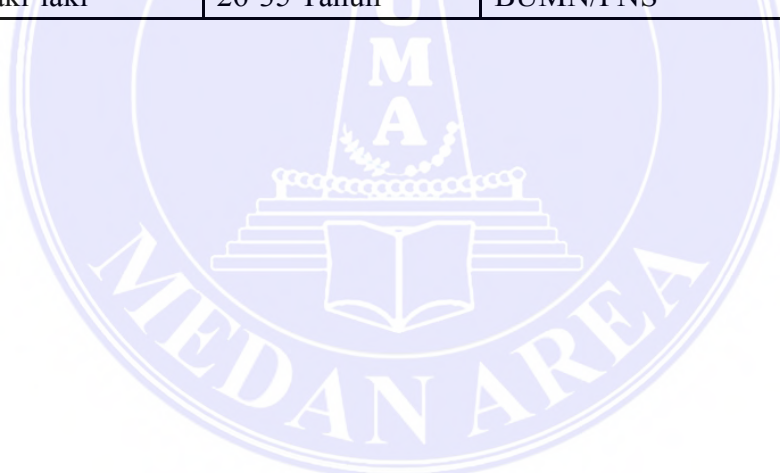
#### Identitas Responden

No.Res	Jenis kelamin	Umur	Pekerjaan
1	Perempuan	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
2	Perempuan	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
3	Perempuan	26-35 Tahun	Lain-lain
4	Perempuan	26-35 Tahun	Lain-lain
5	Perempuan	26-35 Tahun	BUMN/PNS
6	Perempuan	26-35 Tahun	BUMN/PNS
7	Perempuan	26-35 Tahun	BUMN/PNS
8	Perempuan	26-35 Tahun	WIRASWASTA
9	Perempuan	26-35 Tahun	WIRASWASTA
10	Perempuan	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
11	Perempuan	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
12	Perempuan	36-45 Tahun	Lain-lain
13	Perempuan	36-45 Tahun	Lain-lain
14	Perempuan	36-45 Tahun	BUMN/PNS
15	Perempuan	36-45 Tahun	WIRASWASTA
16	Perempuan	46 Tahun	PEGAWAI SWASTA
17	Perempuan	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
18	Perempuan	36-45 Tahun	WIRASWASTA
19	Perempuan	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
20	Perempuan	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
21	Perempuan	46 Tahun	BUMN/PNS
22	Laki-laki	26-35 Tahun	WIRASWASTA



23	Laki-laki	26-35 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
24	Laki-laki	26-35 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
25	Laki-laki	36-45 Tahun	WIRASWASTA
26	Perempuan	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
27	Perempuan	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
28	Perempuan	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
29	Perempuan	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
30	Perempuan	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
31	Perempuan	26-35 Tahun	WIRASWASTA
32	Perempuan	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
33	Perempuan	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
34	Perempuan	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
35	Perempuan	36-45 Tahun	BUMN/PNS
36	Perempuan	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
37	Perempuan	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
38	Perempuan	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
39	Perempuan	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
40	Laki-laki	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
41	Perempuan	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
42	Perempuan	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
43	Perempuan	36-45 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
44	Laki-laki	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
45	Laki-laki	26-35 Tahun	BUMN/PNS
46	Perempuan	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA/
47	Laki-laki	46 Tahun	BUMN/PNS
48	Laki-laki	26-35 Tahun	BUMN/PNS
49	Laki-laki	26-35 Tahun	BUMN/PNS
50	Laki-laki	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
51	Laki-laki	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
52	Laki-laki	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
53	Laki-laki	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
54	Laki-laki	26-35 Tahun	BUMN/PNS
55	Laki-laki	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
56	Laki-laki	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
57	Laki-laki	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
58	Laki-laki	36-45 Tahun	BUMN/PNS
59	Laki-laki	46 Tahun	BUMN/PNS
60	Laki-laki	36-45 Tahun	BUMN/PNS
61	Laki-laki	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
62	Laki-laki	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
63	Laki-laki	36-45 Tahun	BUMN/PNS

64	Laki-laki	36-45 Tahun	PEGAWAI SWASTA
65	Laki-laki	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
66	Laki-laki	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
67	Laki-laki	36-45 Tahun	BUMN/PNS
68	Laki-laki	36-45 Tahun	BUMN/PNS
69	Laki-laki	26-35 Tahun	BUMN/PNS
70	Laki-laki	26-35 Tahun	BUMN/PNS
78	Laki-laki	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
79	Perempuan	36-45 Tahun	BUMN/PNS
80	Perempuan	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
81	Perempuan	17-25 Tahun	PELAJAR/MAHASISWA
82	Perempuan	17-25 Tahun	Lain-lain
83	Perempuan	17-25 Tahun	PEGAWAI SWASTA
84	Laki-laki	26-35 Tahun	BUMN/PNS
85	Laki-laki	26-35 Tahun	BUMN/PNS
86	Laki-laki	26-35 Tahun	PEGAWAI SWASTA
87	Laki-laki	46 Tahun	BUMN/PNS
88	Laki-laki	36-45 Tahun	BUMN/PNS
89	Laki-laki	46 Tahun	BUMN/PNS
90	Laki-laki	26-35 Tahun	BUMN/PNS



## LAMPIRAN 4

### Tanggapan Responen M/engenai Harga (X1)

#### pernyataan 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	1	1,1	1,1	1,1
	4,00	40	44,4	44,4	45,6
	5,00	49	54,4	54,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

#### pernyataan 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4,00	41	45,6	45,6	45,6
	5,00	49	54,4	54,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

#### pernyataan 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	6	6,7	6,7	6,7
	4,00	43	47,8	47,8	54,4
	5,00	41	45,6	45,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

#### pernyataan 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	2,2	2,2	2,2
	3,00	1	1,1	1,1	3,3
	4,00	47	52,2	52,2	55,6
	5,00	40	44,4	44,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

**pernyataan 5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	2,2	2,2	2,2
	3,00	3	3,3	3,3	5,6
	4,00	48	53,3	53,3	58,9
	5,00	37	41,1	41,1	100,0
Total		90	100,0	100,0	

**pernyataan 6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	1	1,1	1,1	1,1
	4,00	40	44,4	44,4	45,6
	5,00	49	54,4	54,4	100,0
Total		90	100,0	100,0	

**LAMPIRAN 5**

**Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Layanan (X2)**

**pernyataan 7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	,8	1,1	1,1
	3,00	7	5,4	7,8	8,9
	4,00	56	43,1	62,2	71,1
	5,00	26	20,0	28,9	100,0
Total		90	69,2	100,0	
Missing	System	40	30,8		
Total		130	100,0		

**pernyataan 8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,5	2,2	2,2
	3,00	6	4,6	6,7	8,9
	4,00	52	40,0	57,8	66,7
	5,00	30	23,1	33,3	100,0
	Total	90	69,2	100,0	
Missing	System	40	30,8		
Total		130	100,0		

**pernyataan 9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,5	2,2	2,2
	3,00	5	3,8	5,6	7,8
	4,00	50	38,5	55,6	63,3
	5,00	33	25,4	36,7	100,0
	Total	90	69,2	100,0	
Missing	System	40	30,8		
Total		130	100,0		

**pernyataan 10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	6	4,6	6,7	6,7
	4,00	45	34,6	50,0	56,7
	5,00	39	30,0	43,3	100,0
	Total	90	69,2	100,0	
Missing	System	40	30,8		
Total		130	100,0		

**pernyataan 11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,00	4	3,1	4,4	4,4
	4,00	48	36,9	53,3	57,8
	5,00	38	29,2	42,2	100,0
	Total	90	69,2	100,0	
Missing	System	40	30,8		
Total		130	100,0		

**Lampiran 6**

**Tanggapan Respoden Mengenai Keputusan Menginp (Y)**

**pernyataan12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,8	1,1	1,1
	4,00	37	28,5	41,1	42,2
	5,00	52	40,0	57,8	100,0
	Total	90	69,2	100,0	
Missing	System	40	30,8		
Total		130	100,0		

**pernyataan13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,8	1,1	1,1
	4,00	39	30,0	43,3	44,4
	5,00	50	38,5	55,6	100,0
	Total	90	69,2	100,0	
Missing	System	40	30,8		
Total		130	100,0		

**pernyataan 14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	1	,8	1,1	1,1
	3,00	4	3,1	4,4	5,6
	4,00	57	43,8	63,3	68,9
	5,00	28	21,5	31,1	100,0
	Total	90	69,2	100,0	
Missing	System	40	30,8		
Total		130	100,0		

**pernyataan 15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	1,5	2,2	2,2
	3,00	4	3,1	4,4	6,7
	4,00	38	29,2	42,2	48,9
	5,00	46	35,4	51,1	100,0
	Total	90	69,2	100,0	
Missing	System	40	30,8		
Total		130	100,0		

**Lampiran 7**

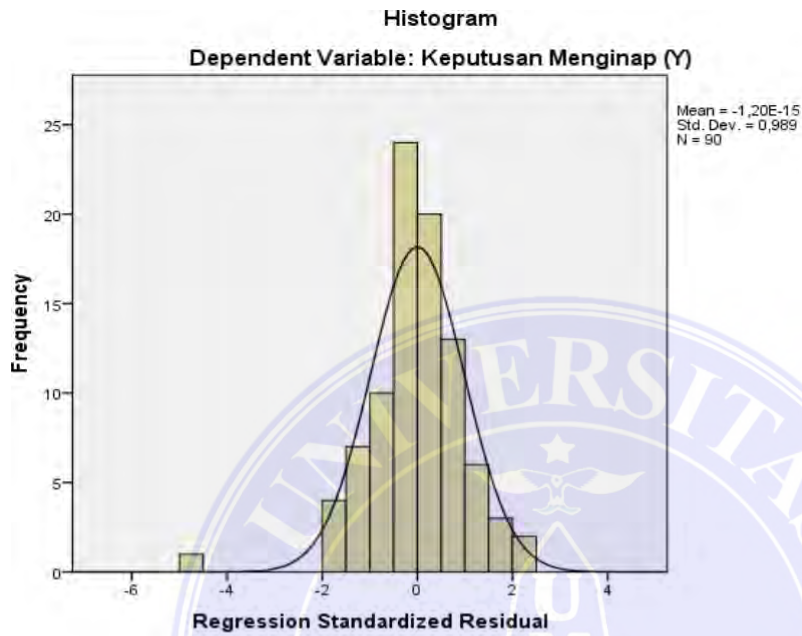
**Uji Analisis Berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

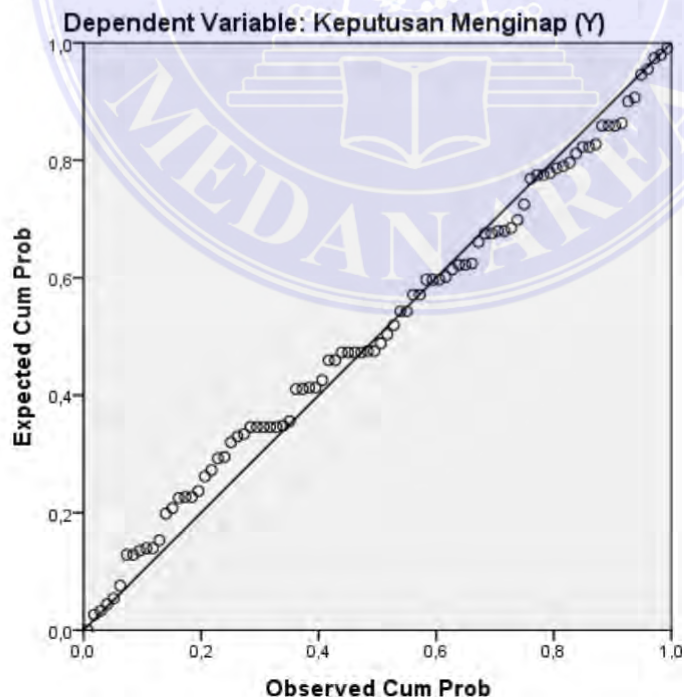
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,315	1,926		2,241	,028		
Harga (X1)	,304	,066	,422	4,640	,000	,889	1,125
Kualita Layanan (X2)	,248	,073	,309	3,401	,001	,889	1,125

## LAMPIRAN8

### UjiNormalitas



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**





### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,44009618
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,056
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

## LAMPIRAN 9

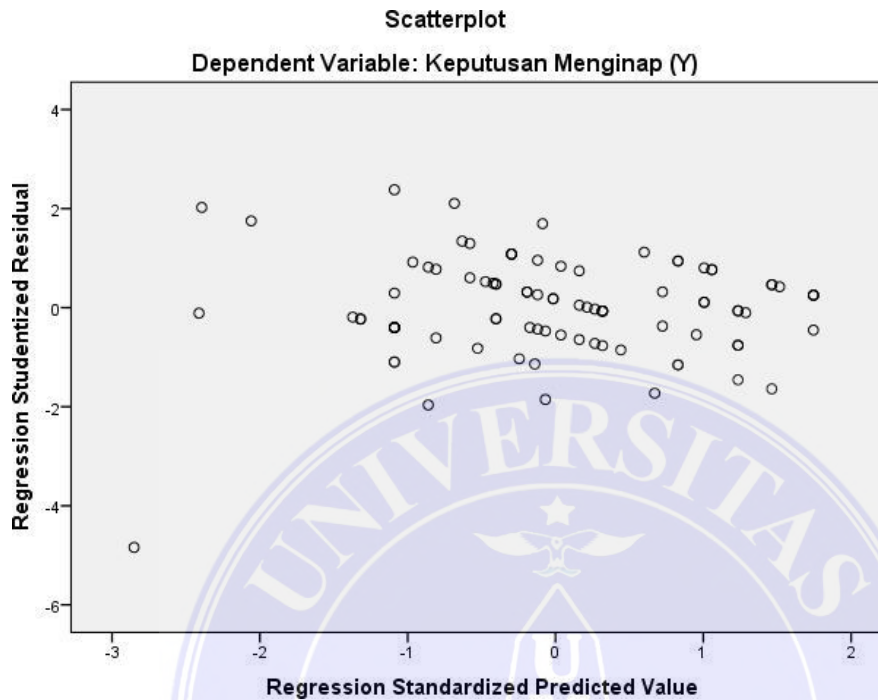
### Uji Multikolinieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	4,315	1,926		2,241	,028		
Harga (X1)	,304	,066	,422	4,640	,000	,889	1,125
Kualita Layanan (X2)	,248	,073	,309	3,401	,001	,889	1,125

a. Dependent Variable: Keputusan Menginap (Y)

**LAMPIRAN 10**  
**Uji Heteroskedastitas**



**LAMPIRAN 11**  
**Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,600 <sup>a</sup>	,360	,346	1,45655

a. Predictors: (Constant), Kualita Layanan (X2), Harga(X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Menginap(Y)

## LAMPIRAN 12

### Uji Signifikan (UJI F)

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	104,047	2	52,024	24,521	,000 <sup>b</sup>
	Residual	184,575	87	2,122		
	Total	288,622	89			

a. Dependent Variable: Keputusan Mengingat(Y)

b. Predictors: (Constant), Kualita Layanan (X2), Harga(X1)

## LAMPIRAN 13

### Uji Signifikan Parsial (Uji t)

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4,315	1,926		2,241	,028		
	Harga (X1)	,304	,066	,422	4,640	,000	,889	1,125
	Kualita Layanan (X2)	,248	,073	,309	3,401	,001	,889	1,125

a. Dependent Variable: Keputusan Mengingat (Y)



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366778, 7360166, 7364348, 7366781, Fax (061) 7366998  
Kampus II : Jl. Sei Selayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 8226331  
Email : univ\_medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/fakultas.uma.ac.id email fakultas:ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 117 / FEB.1/01.10/1/2020  
Lamp. :  
Perihal : Izin Research / Survey

Medan, 08 Januari 2020

Kepada, Yth Pimpinan

Hotel Sibayak Internasional Berastagi Kab. Karo  
Di Tempat

Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : BETTY SARI WAHYUNI SINUHAJI  
N P M : 168320012  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Sibayak Internasional Berastagi Kab. Karo

Untuk diberi izin Research / survey di Instansi / Perusahaan yang Saudara pimpin. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami tambahkan bahwa Research / survey ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

An. Dekan,  
Kantor Dekan Bidang Akademik  
  
SE, MM



# UNIVERSITAS MEDAN AREA

## FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Keban No. 1 Medan Telp (061) 7366670, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998  
Kampus II : Jl. Sei Seryu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331  
Email : [univ\\_medanarea@uma.ac.id](mailto:univ_medanarea@uma.ac.id) Website: [uma.ac.id/ekonomi/uma.ac.id](http://uma.ac.id/ekonomi/uma.ac.id) email fakultas: [ekobis@uma.ac.id](mailto:ekobis@uma.ac.id)

Nomor : *117* /FEB.1/01.10/1/2020  
Lamp. :  
Perihal : Izin Research / Survey

Medan, 08 Januari 2020

Kepada, Yth Pimpinan

Hotel Sibayak Internasional Berastagi Kab. Karo

Di Tempat

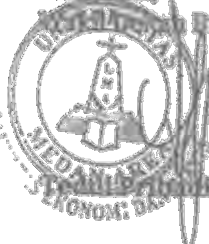
Dengan hormat, Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara kepada mahasiswa kami :

Nama : BETTY SARI WAHYUNI SINUHAJI  
N P M : 168320012  
Program Studi : Manajemen  
Judul : Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Sibayak Internasional Berastagi Kab. Karo

Untuk diberi izin Research / survey di Instansi / Perusahaan yang Saudara pimpin. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu

Dapat kami tambahkan bahwa Research / survey ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

An. Dekan,  
Bidang Akademik  
  
SE, MM

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 8/2/21

Access From (repository.uma.ac.id)