

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN
SEWA KAMAR PADA GARUDA PLAZA HOTEL MEDAN
TAHUN 2015-2019**

SKRIPSI

OLEH :

**AHMAD FAUJI NASUTION
NPM : 178330223**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

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 10/6/22

Access From (repository.uma.ac.id)10/6/22

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN
SEWA KAMAR PADA GARUDA PLAZA HOTEL MEDAN
TAHUN 2015-2019**

SKRIPSI

OLEH :

**AHMAD FAUJI NASUTION
NPM : 178330223**



**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/6/22

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

Access From (repository.uma.ac.id)10/6/22

**PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENDAPATAN
SEWA KAMAR PADA GARUDA PLAZA HOTEL MEDAN
TAHUN 2015-2019**

SKRIPSI

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



OLEH :

AHMAD FAUJI NASUTION

NPM : 178330223

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2022**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/6/22

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

Access From (repository.uma.ac.id)10/6/22

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Sewa Kamar
Pada Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019

Nama : AHMAD FAUJI NASUTION

NPM : 178330223

Program Studi : Akuntansi

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing


(Drs. Ali Usman Siregar, M.Si)

Pembimbing

Mengetahui :



(Ahmad Rafiki BBA (Hons)., MMgt., PhD)

Dekan

(Rana Fathinah Ananda, SE., M.Si)

Ka. Prodi Akuntansi

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus : 06/Januari/2022

HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi yang berjudul **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Sewa Kamar Pada Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019”**, yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 06 Januari 2022
Yang Membuat Pernyataan,



Ahmad Fauji Nasution
Npm. 178330223

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ahmad Fauji Nasution
NPM : 178330223
Program Studi : Akuntansi
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Sewa Kamar Pada Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019”**. Dengan Hak Bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, 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 sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 06 Januari 2022
Yang menyatakan,



Ahmad Fauji Nasution
Npm. 178330223

RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di desa Hasahatan Jae, Kecamatan Barumun, Provinsi Sumatera Utara, Pada tanggal 24 Juli 1996 dari Ayah Ali Daut Nasution dan Ibu Nur Diana HSB. Peneliti merupakan putra keempat dari lima bersaudara. Pada Tahun 2015 Peneliti lulus dari Smk Negeri 1 barumun dan pada tahun 2017 terdaftar sebagai mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.



ABSTRAK

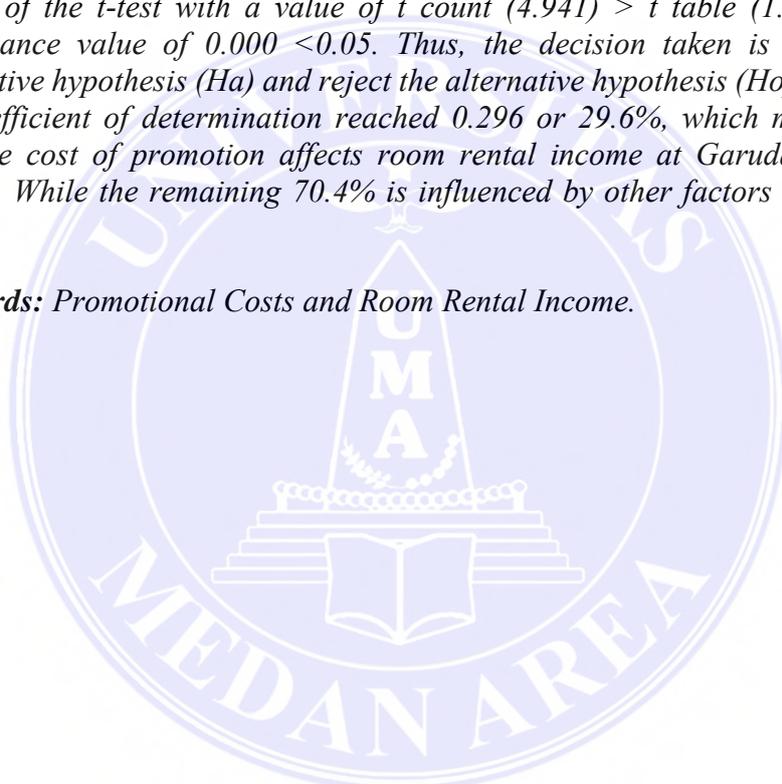
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan tahun 2015-2019. Jenis penelitian yang digunakan yaitu *asosiatif*. Sampel yang digunakan berupa data biaya promosi dan pendapatan sewa kamar Garuda Plaza Hotel Medan dari tahun 2015-2019 atau selama 5 tahun atau 60 bulan. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *sampling jenuh*. Jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif dengan sumber data yang digunakan adalah data sekunder. Teknik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan metode dokumentasi. Selanjutnya teknik analisis data yaitu uji statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana dengan pengujian hipotesis yaitu uji-t dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel biaya promosi terhadap pendapatan sewa kamar Garuda Plaza Hotel Medan. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil Uji-t dengan nilai t hitung $(4,941) > t$ tabel $(1,67155)$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian keputusan yang diambil yaitu menerima hipotesis alternatif (H_a) dan menolak hipotesis alternatif (H_0). Nilai koefisien determinasi mencapai 0,296 atau sebesar 29,6% yang berarti bahwa variabel biaya promosi mempengaruhi pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan. Sementara sisanya sebesar 70,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci: *Biaya Promosi dan Pendapatan Sewa Kamar.*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of promotional costs on room rental income at Garuda Plaza Hotel Medan in 2015-2019. The type of research used is associative. The sample used is data on promotion costs and room rental income for Garuda Plaza Hotel Medan from 2015-2019 or for 5 years or 60 months. The sampling technique used is saturated sampling. The type of data used is quantitative data with the data source used is secondary data. The data collection technique is by using the documentation method. Furthermore, the data analysis technique is descriptive statistical test, classical assumption test, simple linear regression with hypothesis testing, namely t-test and coefficient of determination. The results of the study indicate that there is a significant effect between the variable promotion costs on room rental income at Garuda Plaza Hotel Medan. It can be seen from the results of the t-test with a value of t count (4.941) > t table (1.67155) and a significance value of 0.000 < 0.05. Thus, the decision taken is to accept the alternative hypothesis (Ha) and reject the alternative hypothesis (Ho). The value of the coefficient of determination reached 0.296 or 29.6%, which means that the variable cost of promotion affects room rental income at Garuda Plaza Hotel Medan. While the remaining 70.4% is influenced by other factors outside of this study.

Keywords: *Promotional Costs and Room Rental Income.*



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi wabarokatu, Puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya kepada peneliti, sehingga peneliti dapat menyusun skripsi ini dengan judul “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Sewa Kamar Pada Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019”. Shalawat beriring salam kita sanjung kepada junjungan kita Nabi Besar Muhammad S.A.W sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan pada Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Peneliti menyadari banyak pihak yang berperan penting dalam penyelesaian skripsi ini. Untuk itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada :

1. Teristimewa untuk orang tua saya, Ayahanda Ali Daud Nasution dan Ibunda Nur Diana HSB serta keluarga yang telah memberikan dukungan materi dan moril, kasih sayang dan doa tiada batas sehingga peneliti berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc., selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Ahmad Rafiki BBA (Hons)., MMgt., PhD., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Rana Fhathinah Ananda, SE., M.Si., selaku Ketua Program Studi Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Bapak Drs. Ali Usman Siregar, M.Si selaku Dosen Pembimbing saya yang telah memberikan waktu, tenaga, pengetahuan, saran dan masukan serta membimbing peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
6. Ibu Dra Hj. Retnawati Siregar, M,Si., selaku Dosen Pembanding yang juga telah banyak memberikan saran dan masukan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
7. T. Alvi Syahri Mahzura, SE., M.Si., selaku dosen sekretaris yang telah memberikan saran dan masukan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.

8. Seluruh Dosen dan Staff pegawai Jurusan Akuntansi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmunya kepada peneliti.
9. Teman-teman seperjuangan Syaiful Maulana, Intan Novita Sari, Junita Pasaribu, putra Nduru, putri Sekar Sari Terimakasih telah memberikan dukungan, semangat sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Dan terimakasih kepada seluruh teman seangkatan Akuntansi C1 Sore dari awal masuk kuliah sampai tamat kuliah.
10. Seluruh pihak-pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu. Terima kasih buat doa dan motivasinya. Sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan pengetahuan, maka dengan kerendahan hati dan dengan tangan terbuka peneliti menerima saran dan kritik yang membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberi manfaat dan wawasan bagi setiap pembacanya. Terimakasih.

Medan, 06 Januari 2022
Peneliti,



Ahmad Fauji Nasution
Npm. 178330223

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PENYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
RIWAYAT HIDUP	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Pendapatan Sewa Kamar	9
2.1.1 Pengertian Pendapatan Sewa Kamar	9
2.1.2 Siklus/Alur Penjualan Kamar Hotel	10
2.1.3 Pengakuan Pendapatan	11
2.1.4 Pengukuran Pendapatan.....	11
2.1.5 Indikator Pendapatan	13
2.2 Biaya Promosi	13
2.2.1 Pengertian Biaya Promosi	13
2.2.2 Jenis-Jenis Biaya Promosi	14
2.2.3 Indikator Biaya Promosi.....	15
2.3 Penelitian Terdahulu	15
2.4 Kerangka Konseptual	17
2.5 Hipotesis.....	18
BAB III : METODE PENELITIAN.....	20
3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
3.1.1 Jenis Penelitian	20
3.1.2 Lokasi Penelitian	20

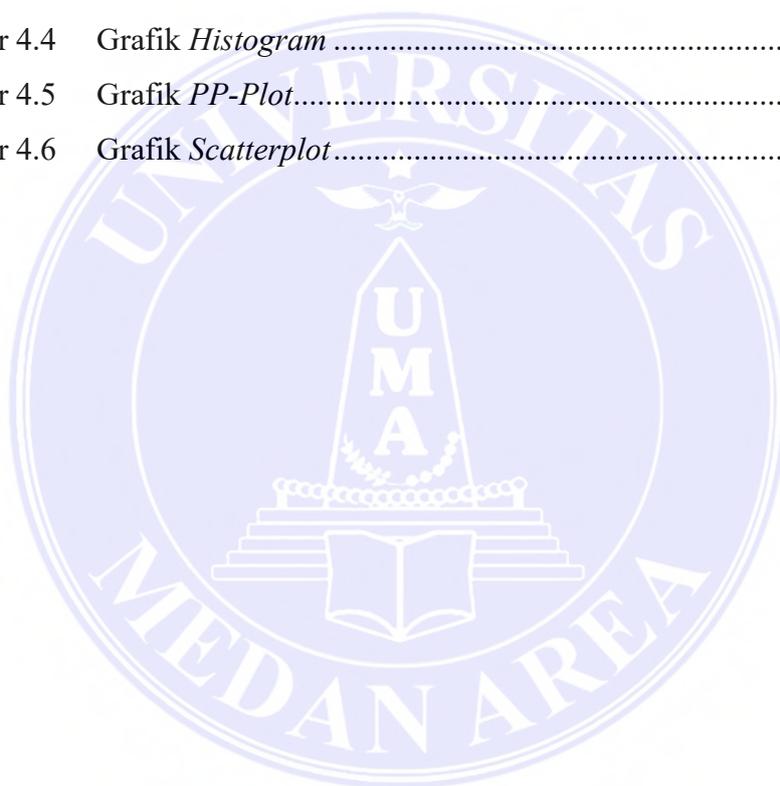
3.1.3	Waktu Penelitian	20
3.2	Populasi dan Sampel	21
3.2.1	Populasi Penelitian	21
3.2.2	Sampel Penelitian.....	21
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel	22
3.3.1	Variabel Penelitian	22
3.3.2	Definisi Operasional Variabel	22
3.4	Jenis dan Sumber Data	24
3.4.1	Jenis Data.....	24
3.4.2	Sumber Data	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data	24
3.6	Teknik Analisis Data	24
3.6.1	Uji Statistik Deskriptif.....	25
3.6.2	Uji Asumsi Klasik	25
3.6.3	Uji Regresi Linear Sederhana.....	27
3.6.4	Uji Hipotesis	27
BAB IV	: HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1	Hasil	29
4.1.1	Gambaran Umum Perusahaan	29
4.1.2	Deskripsi Hasil Penelitian	48
4.2	Pembahasan.....	55
4.2.1	Uji Statistik Deskriptif.....	55
4.2.2	Uji Asumsi Klasik	56
4.2.3	Uji Regresi Linear Sederhana.....	60
4.2.4	Uji Hipotesis	61
BAB V	: KESIMPULAN DAN SARAN.....	64
5.1	Kesimpulan.....	64
5.2	Saran.....	64
	DAFTAR PUSTAKA	65
	LAMPIRAN.....	67

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 Pendapatan Sewa Kamar Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019	3
Tabel 1.2 Biaya Promosi Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019.....	5
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 3.1 Jadwal Penelitian	20
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	23
Tabel 3.3 Derajat Hubungan	28
Tabel 4.1 Jenis-Jenis Kamar dan Harga Garuda Plaza Hotel Medan	47
Tabel 4.2 Pendapatan Sewa Kamar Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019	49
Tabel 4.3 Biaya Promosi Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019.....	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	55
Tabel 4.5 Hasil Uji Normalitas <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>	56
Tabel 4.6 Hasil Uji Autokorelasi	60
Tabel 4.7 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	60
Tabel 4.8 Hasil Uji-t.....	62
Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	63

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Sistem Audit Pendapatan Hotel	10
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	18
Gambar 4.1 Struktur Organisasi Garuda Plaza Hotel Medan	33
Gambar 4.2 Grafik Perkembangan Pendapatan Sewa Kamar Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019	51
Gambar 4.3 Grafik Perkembangan Biaya Promosi Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019	54
Gambar 4.4 Grafik <i>Histogram</i>	57
Gambar 4.5 Grafik <i>PP-Plot</i>	58
Gambar 4.6 Grafik <i>Scatterplot</i>	59



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1	Data Biaya Promosi Garuda Plaza Hotel Medan..... 67
Lampiran 2	Data Pendapatan Sewa Kamar Garuda Plaza Hotel Medan 69
Lampiran 3	Hasil Statistik Pengolahan Data SPSS..... 71
Lampiran 4	Hasil Grafik Pengolahan Data SPSS 72
Lampiran 5	Surat Pengajuan Riset..... 73
Lampiran 6	Surat Balasan Riset Dari Perusahaan..... 74



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam menjalankan bisnis, setiap perusahaan memiliki tujuan. Tujuan utama perusahaan adalah mampu untuk dapat mencapai pendapatan yang terbaik. mengemukakan bahwa pendapatan adalah penambahan aktiva atau penyelesaian suatu kewajiban atau kombinasi dari keduanya yang berasal dari penyerahan atau produksi barang, pemberian jasa atau aktivitas-aktivitas lainnya yang merupakan operasi utama atau operasi inti (*central operation*) yang berkelanjutan (*regular*) dari suatu perusahaan (Santoso, 2013:90).

Untuk menghasilkan laba atau pendapatan, tentunya perusahaan harus bersedia untuk mengeluarkan biaya yang berkaitan dengan kegiatan operasional perusahaan. Salah satu biaya yang harus ditanggung perusahaan Meningkatkan pendapatan adalah biaya promosi (Efilia, 2014). Menurut Tjiptono (2015:219), biaya promosi adalah biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk serta mengingatkan konsumen atas perusahaan dan produk/jasanya agar bersedia menerima, membeli dan loyal terhadap produk/jasa yang ditawarkan.

Dalam kegiatan pemasaran, promosi memang perlu dilakukan perusahaan yaitu dengan cara mempengaruhi atau membujuk konsumen agar tertarik dengan produk yang diberikan guna meningkatkan penjualan. Oleh karena itu, untuk menghasilkan penjualan, ada dua faktor penting yang menentukan yaitu volume penjualan satuan dan harga satuan (Swastha, 2015:7).

Salah satu bidang bisnis yang terus menunjukkan eksistensinya untuk tetap terus berinovasi adalah jasa penginapan. Di era globalisasi sekarang ini, jasa penginapan yaitu hotel terus berkembang dalam berbagai aspek, seperti: teknologi, pemasaran, dan segala sesuatu yang berhubungan dengan pembangunan dan pengembangan hotel (Adi, 2018).

Kota Medan yang merupakan salah satu pusat kota pariwisata domestik dan internasional yang menjadi sasaran para investor untuk membuka peluang pembangunan hotel. Di wilayah Medan sendiri salah satu hotel yang masih diminati sampai saat ini oleh pengunjung/wisatawan adalah Garuda Plaza Hotel. Garuda Plaza Hotel berdiri sejak tahun 1958 dan telah sangat lama melayani para wisatawan dibanding dengan hotel bintang empat lainnya yang ada di Medan, dan harus bersaing untuk dapat merebut konsumen diantara banyak hotel baru yang berdiri saat ini (<https://medan.tribunnews.com>, diakses 9 Februari 2017).

Garuda Plaza Hotel Medan memiliki kelebihan, tak hanya dari segi lokasinya yang strategis, tetapi juga dari segi pelayanan dan kenyamanan. Garuda Plaza Hotel Medan sangat diuntungkan dengan letaknya di pusat kota Medan. Selain dekat dengan tempat-tempat transportasi, Garuda Plaza Hotel Medan juga berada dekat dengan pusat perbelanjaan. Konsep Garuda Plaza Hotel Medan yang menawarkan fasilitas *modern* ditambah dengan keramah tamahan membuat hotel ini mendapat tempat sendiri di hati pelanggannya. Selain terletak pada lokasi yang strategis, Garuda Plaza Hotel Medan juga memiliki fasilitas yang cukup memuaskan. Hotel ini menyediakan 287 kamar, setiap kamar dilengkapi dengan televisi, *shower*, TV LED. Fasilitas akomodasi dan fasilitas olah raga seperti kolam renang. Hotel ini menyediakan layanan yang hangat dan ramah standar internasional (Pane, 2012).

Dengan berbagai jenis jasa dan fasilitas yang ditawarkan oleh Garuda Plaza Hotel Medan, maka penetapan tarif sewa merupakan bagian yang harus mendapatkan perhatian besar, sebab dengan penetapan tarif sewa yang tepat dan sesuai dengan harapan konsumen, akan dapat mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen atau pelanggan yang pada akhirnya akan dapat mempengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa kamar hotel bahkan melakukan penginapan ulang. Penetapan tarif sewa kamar sangat menentukan jumlah pendapatan sewa kamar yang diperoleh hotel. Pendapatan yang diperoleh dari sewa kamar merupakan pendapatan yang paling besar bagi Garuda Plaza Hotel Medan. Tingkat pendapatan sewa kamar di Garuda Plaza Hotel selalu ada peningkatan dan penurunan dalam setiap periodenya. Berikut ini data pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan yang dapat dilihat dari tabel 1.1 dibawah ini:

Tabel 1.1
Pendapatan Sewa Kamar Garuda Plaza Hotel Medan
Tahun 2015-2019

Tahun	Pendapatan Room
2015	Rp 2.920.890.000
2016	Rp 2.762.330.000
2017	Rp 2.812.495.000
2018	Rp 2.874.635.000
2019	Rp 2.561.100.000

Sumber: Garuda Plaza Hotel Medan, (2022)

Berdasarkan tabel 1.1 di atas dapat terlihat kondisi pendapatan sewa kamar Garuda Plaza Hotel Medan yang mengalami fluktuasi peningkatan dan penurunan setiap tahunnya. Pada tahun 2015 terlihat bahwa pendapatan sewa kamar yang diperoleh Garuda Plaza Hotel sebesar Rp 2.920.890.000 dan mengalami penurunan sebesar 5,4% pada tahun 2016 menjadi Rp 2.762.330.000. Pada tahun 2017 mengalami peningkatan sebesar 2% menjadi Rp 2.812.495.000 dan kembali

mengalami peningkatan pada tahun 2018 sebesar 2,2% menjadi Rp 2.874.635.000. Sedangkan pada tahun 2019 pendapatan sewa kamar mengalami penurunan dari tahun 2018 sebesar 10,9% menjadi Rp 2.561.100.000. Hal ini dapat menggambarkan bagaimana persaingan di industri perhotelan (Garuda Plaza Hotel Medan , 2022).

Pendapatan sewa kamar adalah hasil yang diperoleh dari penjualan kamar. Selain pendapatan dari penjualan fasilitas lainnya, penjualan kamar merupakan sumber pendapatan terbesar yang dihasilkan oleh hotel disamping pendapatan dari penjualan fasilitas lain, seperti makanan, minuman, dan layanan yang diberikan selama tamu menginap (Wijyanthi dan Ida, 2021:24).

Kondisi persaingan yang terjadi saat ini menjadi tantangan tersendiri bagi setiap perusahaan. Karena setiap perusahaan didirikan dengan tujuan untuk memperoleh keuntungan, menginginkan kenaikan pada tingkat pendapatan sewa kamar dalam merencanakan penjualan begitu juga dengan Garuda Plaza Medan Hotel. Tetapi bukan hal yang mudah untuk melakukannya, ini dapat dibuktikan dengan masih belum tercapainya target hunian kamar, seperti masih banyaknya kamar-kamar yang kosong serta tingkat keuntungan perusahaan belum sesuai dengan yang diharapkan.

Dalam mengatasi permasalahan yang ada, setiap perusahaan dapat melakukannya berbagai usaha, diantaranya dengan mengencarkan kegiatan promosi. Dalam hal ini, jenis promosi yang biasa digunakan oleh Garuda Plaza Hotel Medan untuk meningkatkan pendapatan sewa kamar yaitu dengan melalui *personal selling*, *public relation*, dan *advertising* seperti pemasangan spanduk, Koran, *Flyer*, Brosur, *Booking.com*, *Agoda.Com*, dan lain-lain. Bahkan Garuda

Plaza Hotel Medan juga sering melakukan strategi pemasaran dengan melakukan penjualan paket kamar, paket tour, promo liburan, pemasaran lewat internet, promo diskon, iklan, dan membina hubungan baik dengan berbagai perusahaan seperti: perusahaan swasta, *travel agent*, BUMN, pemerintah, institusi, perbankan, dan lainnya (Garuda Plaza Hotel Medan, 2022).

Kegiatan promosi yang dilakukan Garuda Plaza Hotel Medan digunakan untuk meningkatkan pendapatan sewa kamar, memperkenalkan fasilitas hotel pada calon pelanggan, untuk mendapat kepercayaan masyarakat, dan untuk menjaga kelangsungan hidup perusahaan, tetapi hal tersebut memerlukan biaya yang relatif besar. Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menyebarkan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan konsumen terhadap perusahaan dan produk/jasanya bahwa mereka bersedia menerima, membeli dan setia terhadap produk/jasa yang diberikan (Tjiptono, 2015: 219).

Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk promosi membuat perusahaan untuk lebih efektif dalam kegiatan promosi agar dapat memberikan kontribusi yang besar pada hotel. Berikut data biaya promosi yang dikeluarkan oleh Garuda Plaza Hotel Medan sepanjang 5 tahun yang di mulai dari periode 2015-2019.

Tabel 1.2
Biaya Promosi Hotel Garuda Plaza Medan
Tahun 2015-2019

Tahun	Kegiatan Promosi			Total
	<i>Personal Selling</i>	<i>Public Relation</i>	<i>Advertising</i>	
2015	143.500.000	85.500.000	55.400.000	284.400.000
2016	130.400.000	80.800.000	52.800.000	264.000.000
2017	138.050.000	80.500.000	50.650.000	269.200.000
2018	137.700.000	83.300.000	54.440.000	275.440.000
2019	122.700.000	78.968.000	50.332.000	252.000.000
Total	672.350.000	409.068.000	263.622.000	1.345.040.000

Sumber: Garuda Plaza Hotel Medan, (2022)

Dari tabel 1.2 di atas dapat terlihat pada tahun 2015 biaya promosi yang dikeluarkan oleh Garuda Plaza Hotel Medan sebesar Rp 284.400.000, mengalami penurunan sebesar 7,2% menjadi Rp 264.000.000 pada tahun 2016, namun mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 2% menjadi Rp 269.200.000, dan pada tahun 2018 Garuda Plaza Hotel Medan harus mengeluarkan biaya promosi sebesar Rp 275.440.000 yang mengalami kenaikan 2% dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2019 biaya promosi mengalami penurunan sebesar 8,5% menjadi Rp 252.000.000. Dengan demikian terlihat adanya indikasi perusahaan yang tidak menetapkan secara pasti mengenai anggaran biaya promosi yang harus dikeluarkan pada setiap bulannya/setiap tahunnya (Garuda Plaza Hotel Medan, 2022).

Biaya promosi diperlukan karena jumlah sewa kamar yang terjadi setiap tahunnya tidak selalu sama, sehingga perusahaan perlu strategi promosi untuk memenuhi target penjualan kamar dalam meningkatkan pendapatan sewa kamar. Berdasarkan alasan itulah, penulis berencana melakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Sewa Kamar Pada Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan gambaran rincian pernyataan-pernyataan atau topik-topik pokok yang akan diungkapkan melalui penelitian yang akan dijawab dalam penelitian dan alasan diajukannya pernyataan (Hardani, dkk, 2020:270).

Penelitian ini berusaha untuk mengkaji pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan. Dari uraian di atas maka dapat ditarik rumusan masalahnya sebagai berikut: “Apakah biaya promosi

berpengaruh terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan tahun 2015-2019?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan sasaran hasil yang ingin di capai dalam penelitian ini sesuai dengan fokus yang telah dirumuskan (Hardani, dkk, 2020:270). Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran yang mendalam dan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh biaya promosi (X) terhadap pendapatan sewa kamar (Y) pada Garuda Plaza Hotel Medan. Berikut merupakan tujuan dari dilakukannya penelitian ini, yaitu: “Untuk mengetahui pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan tahun 2015-2019.”

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memiliki beberapa harapan yang dimaksudkan dapat memberikan manfaat bagi segala pihak agar sejalan dengan tujuan dari dilakukannya penelitian ini. Berikut manfaat dari penelitian ini, baik secara akademis maupun praktis:

1. Dengan penelitian ini dimana, hubungan antara biaya promosi akan mampu meningkatkan pendapatan sewa kamar Garuda Plaza Hotel Medan sehingga perusahaan akan dapat terus menjalankan aktivitas operasionalnya sesuai dengan tujuan perusahaan selama ini.
2. Dengan penelitian ini dimana, hubungan antara biaya promosi akan mampu meningkatkan pendapatan sewa kamar Garuda Plaza Hotel Medan akan mampu memberikan masukan mengenai kebijakan promosi yang akan

datang bagi perusahaan, untuk mencari strategi promosi yang tepat dan terbaik bagi perusahaan agar kebijakan promosi yang ditetapkan dapat meningkatkan pendapatan sewa kamar serta memenuhi target yang ditetapkan oleh manajemen perusahaan.

3. Dengan penelitian ini dimana, hubungan antara biaya promosi akan mampu meningkatkan pendapatan sewa kamar Garuda Plaza Hotel Medan akan mampu memberikan masukan mengenai penetapan harga jual dan biaya promosi yang seefisien dan seefektif mungkin dalam usaha untuk meningkatkan volume penjualan.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pendapatan Sewa Kamar

2.1.1 Pengertian Pendapatan Sewa Kamar

Pendapatan merupakan tujuan utama dari pendirian suatu perusahaan. Sebagai organisasi yang berorientasi pada laba, pendapatan memegang peranan yang sangat penting.

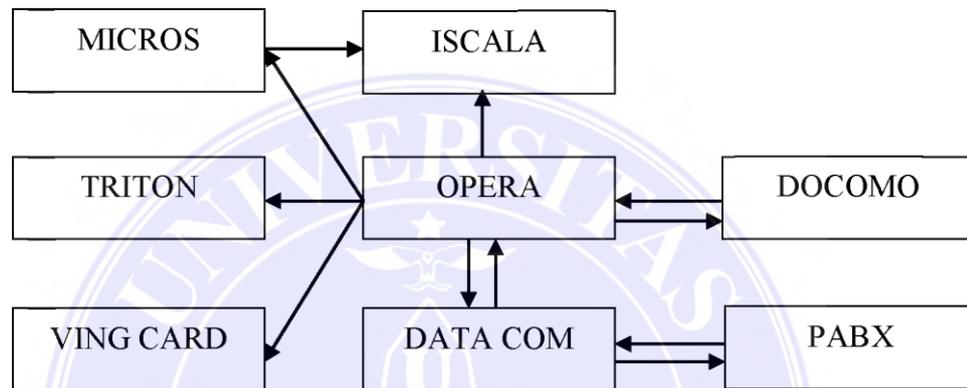
Pendapatan sewa kamar adalah hasil yang diperoleh dari penjualan kamar. Selain pendapatan dari penjualan fasilitas lainnya, penjualan kamar merupakan sumber pendapatan terbesar yang dihasilkan oleh hotel disamping pendapatan dari penjualan fasilitas lain, seperti makanan, minuman, dan layanan yang diberikan selama tamu menginap (Wijyanthi dan Ida, 2021:24).

Menurut Endar Sugiarto dalam Sutisna (2012:79), pendapatan kamar adalah jumlah total yang diperoleh dan penjualan kamar dalam satu malam, dengan jenis cara pembayaran yang bermacam. Sementara itu menurut Wiyasha (2010:22), mengemukakan bahwa pendapatan kamar memberikan kontribusi pendatang terbesar, berkisar antara 60 – 70% dari seluruh pendapatan hotel, diikuti oleh bagian makanan 25 – 35%, dan minuman dengan kisaran kontribusi 10 – 15% dari total pendapatan hotel.

Berdasarkan definisi di atas dapat disimpulkan bahwa pendapatan sewa kamar merupakan pendapatan yang diperoleh dari kegiatan penjualan kamar yang menjadi aktivitas utama dari semua perusahaan yang bergerak di bidang jasa penginapan seperti perhotelan.

2.1.2 Siklus/Alur Penjualan Kamar Hotel

Usaha hotel mempunyai sumber pendapatan utama yang berasal dari penjualan kamar (*Room Revenue*), penjualan makanan dan minuman. Dimana disatu sisi menjual jasa dan disisi lainnya menjual barang (Suartini, 2017:4). Adapun sistem akuntansi pendapatan perhotelan dapat dijabarkan pada bagan dan uraian berikut:



Gambar 2.1
Sistem Audit Pendapatan Hotel
 Sumber: Djameluddin (2013:27)

Gambar 2.1 tersebut menerangkan berbagai macam sistem yang digunakan untuk menginput pendapatan yang dihasilkan oleh masing-masing departemen, sebagaimana dikutip dari Djameluddin (2013:27):

1. ISCALA merupakan sistem akuntansi hotel, dimana sistem ini menghasilkan jurnal, *general ledger*, dan laporan keuangan hotel.
2. OPERA adalah sistem untuk menyimpan seluruh data tamu dan aktivitas tamu hotel sehingga merupakan sumber informasi penerimaan/pendapatan atas tamu (kamar, makanan, telepon dan internet).
3. MICROS adalah sistem untuk menginput pendapatan B/F. Apabila penyebaran dilakukan oleh non-tamu hotel, pencatatannya akan dimasukkan secara manual pada sistem ISCALA, namun apabila pembayaran dibebankan pada tamu hotel, maka pencatatannya akan masuk ke sistem OPERA.
4. DOCOMO adalah sistem untuk mencatat pendapatan atas penggunaan internet pada kamar hotel.
5. DATA COM adalah sistem untuk mencatat pendapatan atas penggunaan telepon kamar hotel, sewaktu tamu *chek-in*, secara

otomatis sistem OPERA mengirimkan data berupa nomor kamar dan nama tamu pada ke DATA COM agar saluran telepon dalam kamar tamu dapat diaktifkan. DATA COM kemudian mengirimkan data secara otomatis pada sistem PABX untuk mengaktifkan koneksi saluran telepon, pada akhirnya DATA COM akan mengirimkan data tagihan telepon pada sistem OPERA yang berasal dari PABX.

6. VING CARD adalah sistem untuk membuka kamar hotel. OPERA Kirim data untuk mengaktifkan akses kartu, termasuk: Nomor kamar dan lama menginap. Saat tamu check-in, OPERA akan mengirimkan data tamu (misalnya nomor kamar, nama Tamu, waktu menginap) secara otomatis dikirim ke sistem VING CARD. Dengan memasukkan nomor kamar pada sistem VING CARD, data Tamu dimasukkan pada kartu kamar.
7. TRITON adalah sistem pencatatan keluhan tamu. sistem TRITON dapat menerima pesan singkat dari ponsel kepala pelayan berdasarkan keluhan pelanggan. Dengan nomor kamar dan deskripsi informasi, sistem TRITON secara rinci akan menugaskan staff pada bidang tersebut untuk mengatasi masalah yang dikeluhkan Contohnya, apabila AC rusak, staff *house keeping* akan memilih kategori dari keluhan pelanggan. Kemudian TRITON secara otomatis mengirimkan pesan pada staff *engineering*.

2.1.3 Pengakuan Pendapatan

Gruning dkk (2013:290), menjelaskan bahwa pendapatan tidak dapat diakui ketika beban terkait tidak dapat diukur secara andal. Pembayaran penjualan yang telah diterima harus ditangguhkan sebagai kewajiban sampai pendapatan dapat diakui. Metode pengakuan pendapatan jasa menurut Gruning dkk (2013:290), adalah sebagai berikut:

1. Jika hasil transaksi (jumlah pendapatan, tahap penyelesaian dan biaya) dapat diestimasi secara andal, pendapatan harus diakui sesuai dengan jadwal penyelesaian pada tanggal pelaporan.
2. Ketika hasil transaksi tidak dapat diestimasi secara andal, biaya pembaruan kontrak akan menentukan jumlah pengakuan pendapatan.

2.1.4 Pengukuran Pendapatan

Pendapatan diukur dalam satuan nilai tukar produk atau jasa dalam transaksi. Nilai tukar tersebut menunjukkan ekuivalen kas atau nilai diskonto tunai dari uang yang diterima atau akan diterima dari transaksi penjualan.

Greuning, dkk. (2013:291) mengemukakan bahwa pendapatan harus diukur pada nilai wajar dari pembayaran yang diterima atau akan diterima sebagai piutang.

Sementara itu Lau dan Lam (2014:317), mengemukakan pendapatnya mengenai pengukuran pendapatan sebagai berikut:

Pendapatan diukur pada nilai wajarnya dari pembayaran diterima atau dapat diterima ke dalam pencatatan jumlah dari banyak potongan dan potongan harga yang ditentukan entitas. Entitas biasanya mengacu pada kesepakatan antara entitas dan pembeli aset atau pengguna untuk menentukan jumlah pendapatan yang dihasilkan oleh transaksi. Nilai wajar adalah jumlah pembayaran kembali aset atau liabilitas yang dapat dipertukarkan antara aset yang secara sukarela diakui penuh dalam suatu transaksi wajar.

Selanjutnya Lau dan Lam (2014:327) menjelaskan bahwa:

Pengakuan pendapatan mengacu pada tahap penyelesaian transaksi, yang biasanya disebut sebagai metode persentase penyelesaian. Berdasarkan metode ini, entitas mengakui pendapatan selama periode akuntansi saat jasa diberikan, yang memberikan informasi bermanfaat tentang skala dan kinerja aktivitas jasa selama periode tersebut.

Ikatan Akuntan Indonesia (2015:23.2) menyatakan:

Pendapatan diukur dengan nilai wajar dari imbalan yang diterima. Jumlah pendapatan yang dihasilkan dari transaksi biasanya ditentukan oleh kesepakatan antara entitas dan pembelian atau penggunaan aset. Jumlah tersebut diukur pada nilai wajar imbalan yang diterima dikurangi jumlah diskon usaha dan rabat volume yang diperbolehkan oleh entitas.

Pendapat Martani, dkk (2016:204) mengenai pengukuran pendapatan:

Pendapatan diukur dengan nilai wajar yang diterima atau imbalan yang diterima. Nilai wajar adalah harga yang dapat diterima pelaku pasar untuk menjual suatu aset atau harga yang akan dibayar untuk mengalihkan suatu liabilitas dalam transaksi teratur pada tanggal pengukuran.

2.1.5 Indikator Pendapatan

Menurut Tuanakotta (2011:35) dalam buku teori Akuntansi, adapun indikator dari pendapatan yaitu:

Pendapatan = Jumlah Uang yang Dihasilkan oleh Perusahaan.

2.2 Biaya Promosi

2.2.1 Pengertian Biaya Promosi

Biaya promosi merupakan biaya yang dikeluarkan untuk menyebarluaskan informasi, mempengaruhi atau membujuk dan mengingatkan konsumen terhadap perusahaan dan produk/jasanya bahwa mereka bersedia menerima, membeli dan setia terhadap produk/jasa yang diberikan (Tjiptono, 2015: 219).

Sedangkan menurut Mulyadi (2012:8) biaya promosi adalah biaya yang meliputi segala sesuatu dalam rangka melaksanakan kegiatan promosi. Rangkuti (2013:35) juga mengemukakan pendapatnya bahwa biaya promosi adalah biaya pemasaran atau biaya penjualan, termasuk semua biaya yang diperoleh untuk menjamin pelayanan pelanggan dan menyerahkan produk atau jasa jadi kepada konsumen.

Malau (2017:229), menjelaskan bahwa:

Biaya promosi berkaitan dengan biaya *marketing communication* untuk mewujudkan perencanaan strategi komunikasi pemasaran yang efektif. Perencanaan sebuah aktifitas kegiatan komunikasi pemasaran harus disesuaikan dengan kemampuan pembiayaan atau anggaran yang disediakan. Dengan melihat jumlah barang yang akan dijual perusahaan kepada masyarakat dan target keuntungan yang ingin dicapai. Tingginya biaya atau anggaran komunikasi pemasaran akan menentukan biaya, segmentasi setiap penargetan media, dan efek yang dihasilkan. Implikasi dari efek ini adalah apakah hanya untuk menarik

perhatian konsumen terhadap produk, atau memang untuk mengejar penjualan.

Menurut Swastha (2015:86), menjelaskan bahwa biaya promosi adalah biaya yang digunakan dalam proses arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang (organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dan pemasaran).

Dari beberapa pengertian di atas maka dapat dikatakan bahwa biaya promosi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat atau kepada calon pelanggan baru dengan berbagai kegiatan promosi seperti: *personal selling*, *public relation*, dan *advertising* yang bertujuan untuk dapat menarik minat konsumen untuk berkunjung ke hotel agar tujuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan tercapai.

2.2.2 Jenis-Jenis Biaya Promosi

Menurut Mulyadi (2012:13), jenis-jenis biaya promosi sebagai berikut:

1. Biaya Iklan

Biaya iklan adalah biaya yang dikeluarkan dalam bentuk iklan cetak dan iklan radio / TV, kemasan, sistem pos, katalog, film, majalah, brosur, poster, dan *leaflet*, buku petunjuk, cetakan ulang, dari Billboard, papan pajangan, pameran materi audio-visual, simbol dan tanda yang digunakan untuk membangun citra produk jangka panjang/memicu penjualan cepat.

2. Biaya Hubungan Masyarakat

Biaya hubungan masyarakat adalah biaya yang dikeluarkan dalam bentuk konferensi pers, pidato, seminar, laporan tahunan, donasi / sumbangan, sponsor, lobi dan media identitas yang dirancang untuk memperbaiki, mempertahankan maupun melindungi suatu citra perusahaan maupun produk.

3. Biaya Promosi Penjualan

Biaya promosi penjualan adalah biaya yang dikeluarkan dalam rangka mendorong penjualan suatu produk atau jasa dalam bentuk *sampling*, pameran perdagangan, dan demonstrasi.

4. Biaya Penjualan Personal

Biaya penjualan personal adalah biaya yang dikeluarkan dalam bentuk presentasi penjualan, pertemuan penjualan, pemasaran jarak jauh (telepon), program intensif, sampel, dan pameran perdagangan tujuannya adalah melakukan penjualan dengan cara membangun preferensi, keyakinan, dan tindakan pembelian.

2.2.3 Indikator Biaya Promosi

Rumus perhitungan biaya promosi menurut Tjiptono (2015:373), yaitu:

Biaya Promosi = Biaya Iklan + Biaya yang Berkaitan dengan Proses Promosi.

2.3 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang relevan sangat penting sebagai dasar pijakan dalam rangka penyusunan penelitian ini yang berfungsi untuk mengetahui hasil yang dilakukan oleh peneliti terdahulu serta digunakan untuk perbandingan dan gambaran yang dapat mendukung kegiatan penelitian berikutnya, berikut ini penelitian terdahulu yang telah dilakukan:

Tabel 2.1
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1	Diana (2017)	Pengaruh Anggaran Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan di Hotel Inna Parapat Danau Toba	Hasil Penelitian menunjukkan bahwa anggaran biaya promosi berpengaruh signifikan terhadap peningkatan volume penjualan, sehingga hipotesis yang dikemukakan penulis dapat diterima.
2	Armana, dkk (2015)	Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Hotel Damai Di Singaraja Tahun 2013	Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara biaya promosi terhadap pendapatan

3	Marayasa (2018)	Analisis Tingkat Pendapatan Melalui Biaya Promosi Pada Hotel Fiducia Serpong Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Terdapat pengaruh positif yang sangat kuat dan signifikan antara biaya promosi terhadap pendapatan Hotel Fiducia
4	Sakdiyah (2018)	Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Sulthan Hotel Internasional Banda Aceh	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan mempunyai pengaruh yang sangat kuat terhadap pendapatan Sulthan Hotel International Banda Aceh.
5	Wijayanthi dan Ida (2021)	Analisis Biaya Bauran Promosi Terhadap Pendapatan Kamar Di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali	Hasil pengujian menghasilkan pengaruh signifikan biaya bauran promosi terhadap pendapatan kamar di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali.

Sumber: Peneliti (2022)

Berdasarkan tabel 2.1 diatas, peneliti akan menjelaskan mengenai persamaan dan perbedaan yang terdapat antara penelitian-penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan saat ini.

Penelitian Sakdiyah (2018), yang berjudul “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Sulthan Hotel Internasional Banda Aceh”, adapun persamaan yang terdapat pada penelitian tersebut dengan penelitian yang sekarang yaitu mengenai jenis data yang digunakan. Pada penelitian terdahulu dengan penelitian yang sekarang sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif, dengan sumber data sekunder, dengan teknik analisis data yaitu regresi linear sederhana. Sedangkan perbedaan antara peneliti terdahulu dengan penelitian sekarang terdapat pada objek penelitian yang dilakukan. Dimana pada penelitian terdahulu dilakukan pada Sulthan Hotel Internasional Banda Aceh pada tahun 2018,

sedangkan pada penelitian yang menjadi objek penelitiannya yaitu Garuda Plaza Hotel pada tahun 2021.

2.4 Kerangka Konseptual

Kerangka Konseptual merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting (Sugiyono, 2018:60).

Lupiyoadi (2014:120), menjelaskan kegiatan promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dengan konsumen, melainkan juga sebagai alat untuk memengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya. Promosi juga merupakan aktivitas yang dilakukan pihak hotel untuk mencari konsumen bukan hanya untuk sekali datang, tetapi juga untuk konsumen agar melakukan pengunjungan ulang (berlangganan).

Peningkatan maupun penurunan penjualan dapat terjadi karena kegiatan promosi dalam pemasaran berhadapan dengan konsumen yang merupakan variabel yang tidak dapat di kendalikan oleh perusahaan, dan tidak seorang pun dapat mengatakan apa yang di lakukan konsumen (Mulyadi, 2012:165). Sehingga dapat dijelaskan oleh Alma (2013:157), bahwa pada umumnya apabila dana bertambah untuk kegiatan *marketing* maka jumlah penjualan meningkat.

Berikut ini merupakan kerangka konseptual yang akan menjelaskan perihal variabel-variabel yang akan dibahas di dalam penelitian ini, dan dari kerangka tersebut dapat dilihat bagaimana pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan.



Gambar 2.2

Kerangka Konseptual

Sumber: Bab I, Bab II, diolah (2022)

Dari gambar 2.2 di atas dapat dijelaskan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh yang sangat kuat dalam meningkatkan pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan tahun 2015-2019. Perusahaan agar mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak dalam bidang usaha yang sama, manajemen perusahaan harus mampu mengolah perusahaannya dengan baik. Agar pengunjung atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada hotel lain dengan pelayanan dan fasilitas yang sama, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, selain meningkatkan pelayanan, perusahaan juga harus mampu menerapkan strategi pemasaran, yaitu dengan cara promosi.

2.5 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2018:63), Hipotesis merupakan jawaban sementara dari permasalahan yang akan diteliti. Dalam penelitian ini, biaya promosi menjadi dasar dalam meningkatkan pendapatan sewa kamar.

Sesuai dengan pernyataan Alma (2013:157), bahwa pada umumnya apabila dana bertambah untuk kegiatan *marketing* maka jumlah penjualan meningkat. Kegiatan promosi yang dilakukan oleh suatu perusahaan, tentu saja memerlukan anggaran yang cukup memadai agar tujuan perusahaan tercapai dengan baik.

Menurut Stanton (2012:139), bahwa dengan menggunakan promosi perusahaan diharapkan untuk dapat menaikkan volume penjualan. Jika promosi dilakukan secara terus menerus, maka diharapkan dapat meningkatkan penjualan perusahaan.

Armana, dkk (2015) dalam penelitiannya menyatakan bahwa biaya promosi memiliki pengaruh terhadap pendapatan hotel Damai di Singaraja. Demikian halnya dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Mirayasa (2018), yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh positif yang sangat kuat dan signifikan antara biaya promosi terhadap pendapatan Hotel Fiducia Serpong.

Berdasarkan kaitan antara masalah yang dirumuskan maka dapat disusun suatu hipotesis awal dari penelitian ini, yaitu:

H_0 : Biaya promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan tahun 2015-2019.

H_a : Biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan tahun 2015-2019.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis, Lokasi dan Waktu Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu *asosiatif*, dimana penelitian *asosiatif* merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui/atau mencari tahu hubungan/pengaruh antara dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2018:11).

3.1.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Garuda Plaza Hotel Medan, Jl. Sisingamangaraja No. 18, Kec. Medan Kota, Sumatera Utara 20213.

3.1.3 Waktu Penelitian

Pelaksanaan penelitian ini dilakukan hingga selesai, mulai bulan September 2020 sampai 2022. Adapun jadwal penyelesaian skripsi ini sebagai berikut:

Tabel 3.1
Jadwal Penelitian

No	Kegiatan	Sept s/d Des 2020				Jan s/d Mei 2021				Jun s/d Des 2021				Jan 2022				Feb 2022			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																				
2	Penyusunan Proposal																				
3	Bimbingan Proposal																				
4	Seminar Proposal																				
5	Pengumpulan Data																				
6	Pengolahan Data																				
7	Bimbingan Skripsi																				
8	Sidang Meja Hijau																				
9	Revisi Skripsi																				

Sumber: peneliti (2022)

3.2 Populasi dan Sampel

3.2.1 Populasi Penelitian

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek/subyek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Siyoto dan Muhammad, 2015:63).

Berdasarkan pengertian dijelaskan bahwa jumlah Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh data biaya promosi dan pendapatan sewa kamar selama 5 tahun atau menggunakan data selama 60 bulan pada Garuda Plaza Hotel Medan.

3.2.2 Sampel Penelitian

Sampel adalah Sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, ataupun bagian kecil dari anggota populasi yang diambil menurut prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya (Siyoto dan Muhammad, 2015:64).

Dalam penelitian ini, Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu *sampling jenuh*. Menurut Siyoto dan Muhammad (2015:66), *sampling jenuh* merupakan suatu teknik penentuan sampel jika semua anggota populasi digunakan sebagai sampel. Hal ini sering sekali dilakukan jika jumlah populasi relatif kecil atau sedikit.

Berdasarkan pendapat tersebut, maka dalam penelitian ini jumlah yang akan dijadikan sampel adalah data biaya promosi dan pendapatan sewa kamar Garuda Plaza Hotel Medan dari selama 5 tahun atau 60 bulan.

3.3 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

3.3.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, obyek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2018:38). Variabel dalam penelitian dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu:

a. Variabel *Independent*

Variabel *independent*, yaitu variabel yang menjadi penyebab atau memiliki kemungkinan teoritis berdampak pada variabel lain (Hardani, dkk, 2020:305).

b. Variabel *Dependent*

Variabel *dependent* yaitu variabel yang secara struktur berpikir keilmuan menjadi variabel yang disebabkan oleh adanya perubahan variabel lainnya (Hardani, dkk, 2020:305).

Dari judul penelitian “Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Sewa Kamar Pada Garuda Plaza Hotel Medan”, jenis variabel penelitian dapat diuraikan sebagai berikut:

a. Variabel Bebas/*Independent* (X): Biaya Promosi

b. Variabel Terikat/*Dependent* (Y): Pendapatan Sewa Kamar

3.3.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional ialah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diobservasi dari apa yang sedang didefinisikan atau menerjemahkan sebuah konsep variabel ke dalam instrument pengukuran

(Kurniawan dan Zarah, 2016:90). Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala
Biaya Promosi (X)	Biaya promosi adalah sejumlah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk memperkenalkan produk atau jasa yang dimiliki perusahaan kepada masyarakat atau kepada calon pelanggan baru dengan berbagai kegiatan promosi seperti: <i>personal selling</i> , <i>public relation</i> , dan <i>advertising</i> yang bertujuan untuk dapat menarik minat konsumen untuk berkunjung ke hotel agar tujuan perusahaan dalam meningkatkan pendapatan tercapai.	Biaya Promosi = Biaya Iklan + Biaya yang Berkaitan dengan Proses Promosi (Tjiptono, 2015:373)	Rasio
Pendapatan (Y)	Pendapatan adalah sejumlah kas yang di terima oleh perusahaan atas penjualan kamar, penjualan makanan, dan penjualan minuman, serta jasa yang diberikan oleh perusahaan yang diperoleh dalam suatu aktivitas operasi perusahaan yang dapat meningkatkan sejumlah nilai asset yang dimiliki serta diharapkan mampu untuk dapat menurunkan liabilitas / kewajiban perusahaan	Pendapatan = Jumlah uang yang dihasilkan oleh perusahaan (Tuanakotta, 2011:35)	Rasio

Sumber: Peneliti (2022)

3.4 Jenis dan Sumber Data

3.4.1 Jenis Data Penelitian

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika (Siyoto dan Muhammad, 2015:68).

3.4.2 Sumber Data Penelitian

Sumber data penelitian berasal dari data sekunder, yaitu data yang diperoleh atau dikumpulkan peneliti dari berbagai sumber yang telah ada (Siyoto dan Muhammad, 2015:67). Data pada penelitian ini diperoleh dari laporan data biaya promosi tahun 2015-2019, data pendapatan sewa kamar tahun 2015-2019, buku, jurnal, dan lain-lain.

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik dokumentasi, yaitu berupa buku-buku, dokumen-dokumen pada perusahaan yang berhubungan dengan penelitian ini. Dokumen-dokumen yang digunakan seperti data biaya promosi tahun 2015-2019, data pendapatan tahun 2015-2019, dokumen mengenai Garuda Plaza Hotel Medan seperti: sejarah singkat perusahaan dan struktur organisasi, visi misi, dan lain-lain.

3.6 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan tahapan yang dilakukan setelah keseluruhan data penelitian terkumpul. Analisis data diartikan sebagai upaya mengolah data menjadi informasi, sehingga karakteristik atau sifat-sifat

data dapat dengan mudah dipahami dan dimanfaatkan untuk menjawab rumusan masalah (Kurniawan dan Zarah, 2016:102).

3.6.1 Uji Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari minimum, maksimum, dan *mean* dari setiap model (Ghozali, 2016:19). Statistik deskriptif mendeskripsikan data menjadi sebuah informasi yang lebih jelas. Pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah nilai minimum, nilai maksimum, dan nilai rata-rata (*mean*).

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk mengetahui kelayakan dari suatu model regresi. Sebelum melakukan analisis regresi dilakukan uji asumsi klasik terlebih dahulu, seperti:

1. Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2016:160). Sebagai pembuktian suatu data normal atau tidaknya dapat dilakukan dengan uji grafik. Pada uji grafik dapat diketahui melalui histogram maupun *normal probability plot*.

Pada histogram, data dikatakan memiliki distribusi yang normal jika data tersebut berbentuk seperti lonceng. Pada *normal probability plot*, data dapat dikatakan normal apabila penyebaran titik-titik berada disekitar garis diagonal yang mengikuti arah garis diagonal.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi tidak kesamaan variabel dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2016:134).

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah salah satu model regresi yang digunakan mengalami ketidaksamaan varian dari residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lain. Hal tersebut dapat diketahui melalui grafik Scatter Plot, dengan ketentuan: jika penyebaran titik-titik berada di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, tidak membentuk suatu pola tertentu (bergelombang, melebar, kemudian menyempit).

3. Uji Autokorelasi

Uji Autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi linear ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode $t-1$ (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan ada *problem* autokorelasi.

Salah satu ukuran dalam menentukan ada tidaknya masalah autokorelasi dengan uji *Durbin-Watson* (DW) menurut Sunyoto (2013:98), dengan ketentuan sebagai berikut:

- a. Terjadi autokorelasi positif jika nilai DW dibawah -2 atau $DW < -2$
- b. Tidak terjadi autokorelasi jika nilai DW berada diantara -2 dan +2 atau $-2 < DW < +2$
- c. Terjadi autokorelasi negatif jika nilai DW di atas 2 atau $DW > 2$.

3.6.3 Uji Regresi Linear Sederhana

Dalam analisis regresi linear sederhana ini mempunyai satu variabel bebas, untuk menganalisis apakah biaya promosi berpengaruh terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan. Maka digunakan model regresi linier sederhana, perumusan model analisis regresi yang digunakan menurut Trihendradi (2013:141):

$$Y = a + bX + e$$

Dimana :

- Y = Pendapatan Sewa Kamar
- a = Konstanta
- b = Koefisien regresi
- X = Biaya Promosi
- e = Error

3.6.4 Uji Hipotesis

1. Uji t

Uji t merupakan pengujian yang dilakukan untuk menguji satu variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil Uji t dapat dilihat pada tabel *coefficients* pada kolom t dan sig dengan kriteria :

- 1) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dengan nilai $sig < 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.
- 2) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dengan nilai $sig > 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial.

2. Uji Determinasi

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas terhadap variabel terikat, dengan ketentuan apabila analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana, maka yang digunakan adalah nilai *R Square*. Namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda, maka yang digunakan adalah *Adjusted R Square*.

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel dengan derajat hubungan sebagai berikut:

Tabel 3.3
Derajat Hubungan

Nilai Koefisien Korelasi (R)	Nilai Koefisien Determinasi (R^2)	Keterangan
0 – 0,199	0 – 3,99 %	Sangat Rendah
0,2 – 0,399	4 – 15,99 %	Rendah
0,4 – 0,599	16 – 35,99 %	Sedang
0,6 – 0,799	36 – 63,99 %	Kuat
0,8 – 1	64 – 100 %	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2018:184)

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh biaya promosi terhadap pendapatan sewa kamar Garuda Plaza Hotel Medan, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa berdasarkan hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa biaya promosi berpengaruh positif secara signifikan terhadap pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan terhadap Garuda Plaza Hotel Medan, maka penulis memberikan saran agar Garuda Plaza Hotel Medan dapat bertahan dan berkembang dengan baik dalam menghadapi persaingan:

1. Untuk meningkatkan pendapatan serta laba yang diperoleh, ada baiknya jika Garuda Plaza Hotel Medan melakukan perencanaan biaya promosi dan pemasaran terlebih dahulu agar aktivitas pemasaran dapat lebih terkendali.
2. Biaya promosi berpengaruh positif terhadap pendapatan sewa kamar oleh karena itu manajemen Garuda Plaza Hotel Medan khususnya harus lebih memahami faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pendapatan sewa kamar pada Garuda Plaza Hotel Medan dan terus mengembangkannya supaya perusahaan yang dibangun lebih maju, sehingga penghasilan dan pendapatan meningkat.
3. Disarankan pada peneliti berikutnya untuk melakukan penelitian dengan metode yang sama tetapi dengan variabel, unit analisis dan sampel yang berbeda agar diperoleh kesimpulan yang mendukung teori.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, P.A. (2018). Penetapan Tarif Sewa Kamar Untuk Meningkatkan Pendapatan (Studi Kasus Hotel Grand Inna Malioboro Tahun 2017). Skripsi. Fakultas Ekonomi. Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta.
- Alma, B. (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Armana, M. A, dkk. (2015). Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Hotel Damai Di Singaraja Tahun 2013. *e-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*. Volume: 5 No. 1
- Diana, Yana. (2017). Pengaruh Anggaran Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan di Hotel Inna Parapat Danau Toba. *Majalah Ilmiah Politeknik Mandiri Bina Prestasi*. Volume: 6 No. 2.
- Djamaluddin, P.A. (2013). Audit Atas Pendapatan Hotel. *Skripsi*. Jakarta: Universitas Indonesia
- Efilia, M. (2014). Pengaruh Pendapatan Usaha dan Beban Operasional Terhadap Laba Bersih pada Perusahaan Kimia dan Kramik, Porselin & Kaca yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia. *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Raja Ali Haji. Tanjung Pinang
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Greuning, H.V. et al. (2013). *International financial reporting standards: sebuah panduan praktis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Yogyakarta: Pustaka Ilmu
- Ikatan Akuntan Indonesia. (2015). *Pernyataan Standar Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Ikatan Akuntan Indonesia.
- Kurniawan, A.W dan Zarah, P. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Pandiva Buku
- Lau, P dan Lam Nelson. (2014). *Akuntansi Keuangan (Intermediate Financial Reporting): Perspektif Ifrs Buku 2*. Jakarta: Salemba Empat
- Lupiyoadi, R. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Malau, H. (2017). *Manajemen Pemasaran: Teori dan Aplikasi Pemasarab Era Tradisional Sampai Era ModernisasiGlobal*. Bandung: Alfabeta
- Marayasa, I.N. (2018). Analisis Tingkat Pendapatan Melalui Biaya Promosi Pada Hotel Fiducia Serpong Kota Tangerang Selatan Provinsi Banten. *Jurnal Ekonomi Efektif*. Vol. 1, No.1,
- Mulyadi. (2012). *Akuntansi Biaya*. Yogyakarta: STIM YKPN.

- Pane, M.Z. (2012). Analisis Pengaruh Customer Relationship Management dalam Meningkatkan Tingkat Hunian di Hotel Garuda Plaza Medan. *Tesis*. Universitas Sumatera Utara. Medan.
- Rangkuti, F. (2013). *Riset Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Sakdiyah. (2018). Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Pendapatan Pada Sulthan Hotel Internasional Banda Aceh. *JSEE – Vol. VI, No. II*
- Siyoto, S dan Muhammad, A.S. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing
- Stanton, W.J. (2012). *Prinsip pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Suartini, Ni Made. (2017). Akuntansi Perhotelan-Pendapatan. By Dex Suar. <https://dexsuar.wordpress.com/2017/10/16/akuntansi-perhotelan/>. Diakses [20 Oktober 2020].
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sunyoto, D. (2013). *Metodologi Penelitian Akuntansi*. Bandung: Refika Aditama Anggota Ikapi.
- Sutisna. (2012). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : PT. Remaja Rusdakarya
- Swastha, B. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset
- Trihendradi, C. (2013). *Step By Step IBM SPSS 21: Analisis Data Statistik*. Yogyakarta: Andi
- Tuanakotta, T.M. (2011). *Berpikir Kritis Dalam Auditing*. Jakarta: Salemba Empat
- Widnyana, M.J. Dkk. (2014). Pengaruh Biaya Promosi Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba UD Surya Logam Desa Temukus Tahun 2010-2012. *Universitas Pendidikan Ganesha*. Vol. 4, No. 1
- Wijayanthi, I.A.T dan Ida, B.A.K. (2021). Analisis Biaya Bauran Promosi Terhadap Pendapatan Kamar Di Grand Mirage Resort & Thalasso Bali. *Warmadewa Management and Business Journal (WMBJ)*. Volume 3, Nomor 1
- Wiyasha, I.B.M. (2010). *Akuntansi Perhotelan – Penerapan Uniform System Account for the Lodging Indistry*. Yogyakarta: Andi Offset.



Lampiran 1 : Data Biaya Promosi Garuda Plaza Hotel Medan**Biaya Promosi Garuda Plaza Hotel Medan
Tahun 2015-2019**

No	Bulan	Tahun	Total Biaya Promosi
1	Januari	2015	25.200.000
2	Februari		22.200.000
3	Maret		27.200.000
4	April		24.200.000
5	Mei		22.200.000
6	Juni		26.200.000
7	Juli		23.200.000
8	Agustus		19.200.000
9	September		23.200.000
10	Oktober		22.200.000
11	November		24.200.000
12	Desember		25.200.000
Jumlah			284.400.000
13	Januari	2016	19.000.000
14	Februari		20.000.000
15	Maret		24.000.000
16	April		26.000.000
17	Mei		17.000.000
18	Juni		17.000.000
19	Juli		21.000.000
20	Agustus		24.000.000
21	September		25.000.000
22	Oktober		27.000.000
23	November		24.000.000
24	Desember		20.000.000
Jumlah			264.000.000
25	Januari	2017	21.600.000
26	Februari		26.600.000
27	Maret		25.600.000
28	April		25.600.000
29	Mei		18.600.000
30	Juni		23.600.000
31	Juli		21.600.000
32	Agustus		24.600.000
33	September		21.600.000
34	Oktober		20.600.000
35	November		21.600.000
36	Desember		17.600.000
Jumlah			269.200.000

37	Januari	2018	24.120.000
38	Februari		21.120.000
39	Maret		20.120.000
40	April		22.120.000
41	Mei		26.120.000
42	Juni		17.120.000
43	Juli		21.120.000
44	Agustus		28.120.000
45	September		23.120.000
46	Oktober		25.120.000
47	November		23.120.000
48	Desember		24.120.000
Jumlah			275.440.000
49	Januari	2019	22.500.000
50	Februari		23.000.000
51	Maret		21.000.000
52	April		22.000.000
53	Mei		21.500.000
54	Juni		20.000.000
55	Juli		20.000.000
56	Agustus		21.000.000
57	September		20.500.000
58	Oktober		20.000.000
59	November		21.000.000
60	Desember		19.500.000
Jumlah			252.000.000

Lampiran 2 : Data Pendapatan Sewa Kamar Garuda Plaza Hotel Medan**Pendapatan Sewa Kamar Garuda Plaza Hotel Medan
Tahun 2015-2019**

No	Bulan	Tahun	Pendapatan Sewa Kamar
1	Januari	2015	242.000.000
2	Februari		241.070.000
3	Maret		246.740.000
4	April		248.450.000
5	Mei		246.480.000
6	Juni		246.170.000
7	Juli		243.290.000
8	Agustus		231.610.000
9	September		242.180.000
10	Oktober		246.480.000
11	November		242.180.000
12	Desember		244.240.000
Jumlah			2.920.890.000
13	Januari	2016	229.400.000
14	Februari		224.050.000
15	Maret		232.040.000
16	April		234.020.000
17	Mei		220.970.000
18	Juni		226.250.000
19	Juli		228.290.000
20	Agustus		234.020.000
21	September		234.020.000
22	Oktober		237.200.000
23	November		236.000.000
24	Desember		226.070.000
Jumlah			2.762.330.000
25	Januari	2017	234.955.000
26	Februari		239.590.000
27	Maret		238.160.000
28	April		239.590.000
29	Mei		230.150.000
30	Juni		234.240.000
31	Juli		233.290.000
32	Agustus		237.300.000
33	September		234.400.000
34	Oktober		229.600.000
35	November		230.150.000
36	Desember		231.070.000
Jumlah			2.812.495.000
37	Januari	2018	239.955.000
38	Februari		236.625.000
39	Maret		237.350.000
40	April		237.735.000

41	Mei	2018	247.200.000
42	Juni		234.200.000
43	Juli		237.000.000
44	Agustus		247.800.000
45	September		243.720.000
46	Oktober		234.760.000
47	November		239.400.000
48	Desember		238.890.000
Jumlah			2.874.635.000
49	Januari	2019	212.560.000
50	Februari		208.295.000
51	Maret		217.880.000
52	April		208.295.000
53	Mei		212.000.000
54	Juni		216.620.000
55	Juli		219.000.000
56	Agustus		217.040.000
57	September		208.850.000
58	Oktober		208.850.000
59	November		214.400.000
60	Desember		217.310.000
Jumlah			2.561.100.000

Lampiran 3 : Hasil Statistik Pengolahan Data SPSS

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
BiayaPromosi	60	17000.00	28120.00	22417.3333	2683.03766
PendapatanSewaKamar	60	208295.00	248450.00	232190.8333	11311.74132
Valid N (listwise)	60				

Regression

Model Summary ^b										
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change	Durbin-Watson
						F	df1	df2		
1	.544 ^a	.296	.284	9570.79993	.296	24.417	1	58	.000	.487

a. Predictors: (Constant), BiayaPromosi

b. Dependent Variable: PendapatanSewaKamar

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	180748.386	10483.753		17.241	.000
	BiayaPromosi	2.295	.464	.544	4.941	.000

a. Dependent Variable: PendapatanSewaKamar

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Predicted Value
N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	232190.8333000
	Std. Deviation	6156.93319400
Most Extreme Differences	Absolute	.072
	Positive	.070
	Negative	-.072
Test Statistic		.072
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

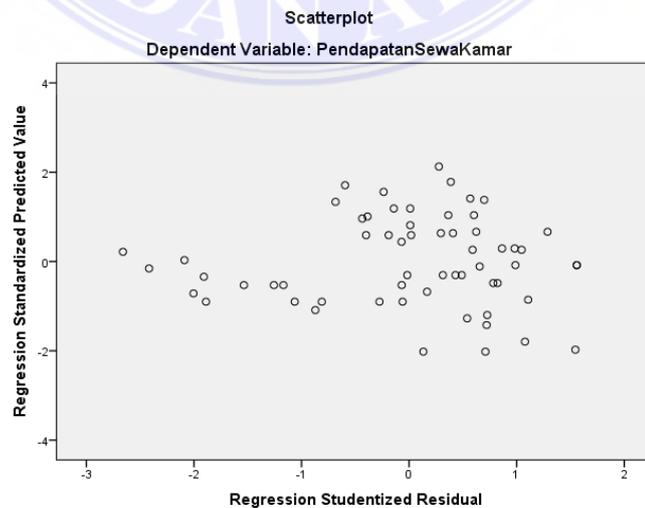
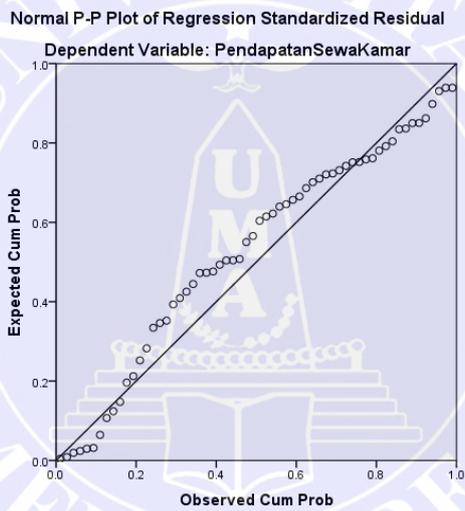
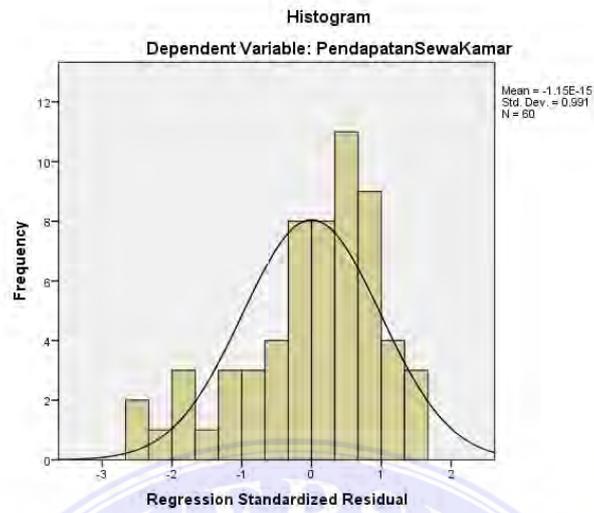
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Lampiran 4 : Hasil Grafik Pengolahan Data SPSS



Lampiran 5 : Surat Pengajuan Riset



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7198278, 7198116; (061) 449.7166/791, Fax (061) 7196999
 Kampus II : Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 70B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax (061) 82276331
 Email : univ.medanarea@uma.ac.id Website:uma.ac.id/ekonomi/ma4f/ email fakultas_ekonomi@univ.ac.id

Nomor : 1611 /FEB.2/01.1/XII/2020
 Lamp. :
 Perihal : **Izin Research / Survey**

16 Desember 2020

Kepada, Yth Pimpinan
 Garuda Plaza Hotel

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

Nama : AHMAD FAUJI NASUTION
 N P M : 178330223
 Program Studi : AKUNTANSI
 Judul : Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Sewa Kamar Pada Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019

Untuk diberi izin Research / Survey di Instansi yang Saudara pimpin selama satu bulan. 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 beritahukan 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.

Wakil Dekan Bid. Akademik

Teddi Pribadi, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Wakil Dekan I PPM
3. Mahasiswa ybs

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 10/6/22

Lampiran 6 : Surat Balasan Riset Dari Perusahaan

Medan, 28 Januari 2021

Kepada Yth,

Bapak Dr. Teddi Pribadi, SE,M.SI

Dekan Fakultas Ekonomis Dan Bisnis Universitas Medan Area

Di

Tempat

Hal : Surat Balasan Izin Research / survey

Dengan hormat,

Bersama surat ini Managemen Garuda Plaza Hotel menyatakan bahwa mahasiswa / i tersebut dibawah ini adalah :

No	Nama	NPM	Program / Jenjang Studi
1	Ahmad Fauji NASUTION	178330223	Akuntansi

Benar telah selesai melaksanakan research / survey dan pengumpulan data-data di Garuda Plaza Hotel, dengan judul " Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Pendapatan Sewa Kamar Pada Garuda Plaza Hotel Medan Tahun 2015-2019".

Demikian Surat selesai research/survey ini disampaikan, semoga dapat dipergunakan sebagai mana mestinya.

Hormat Kami,

An. Managemen GPH

Irna Tanjung
HR Manager

garudaplaza
hotel&convention

JL SISINGAMANGARAJA 18 MEDAN 20213 INDONESIA

RESERV@GARUDAPLAZA.COM. WWW.GARUDAPLAZA.COM

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

@garudaplazahotelmedan



Garuda Plaza Hotel

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 10/6/22

UCSC