

**PENGARUH HARGA JUAL KAMAR, BIAYA PROMOSI, DAN BIAYA  
OPERASIONAL TERHADAP LABA BERSIH PADA  
SAPADIA HOTEL SIANTAR 2016-2020**

**SKRIPSI**

**Oleh :**

**ROMIAN IVANA SITINJAK**

**158330120**



**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 19/9/25

Access From (repository.uma.ac.id)19/9/25

## HALAMAN PENGESAHAN

**Judul Skripsi** : Pengaruh harga jual kamar, biaya promosi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada sapadia hotel Siantar 2016-2020”

**Nama** : ROMIAN IVANA SITINJAK

**Npm** : 158330120

**Fakultas** : Ekonomi & Bisnis

Disetujui Oleh  
Komisi Pembimbing

Dr. Sari Bulan Tambunan, SE, MMA  
Pembimbing

Ahmad Rafiki, BBA, MMGt, Ph.D, CIMA

Dekan

Fauziah Rahman, S.Pd, M.Ak

Ka.Prodi

Tanggal/Bulan/Tahun: 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

## PERNYATAAN

Dengan Ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh harga jual kamar, biaya promosi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada sapadia hotel Siantar 2016-2020”** 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 Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Semua sumber data dan informasi telah dinyatakan jelas, benar apa adanya.

Medan, 2022

Yang membuat Pernyataan,

Romian Ivana Sitinjak

158330120

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

---

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

Nama : Romian Ivana Sitinjak  
NPM : 158330120  
Program Studi : Ekonomi & Bisnis  
Jenis Karya : Skripsi

Demi Pengembangan Ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*non-eksklusif royalty-free right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : **“Pengaruh harga jual kamar, biaya promosi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada saptadiah hotel Siantar 2016-2020”**, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). 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.

Medan, 2022  
Yang membuat Pernyataan,

Romian Ivana Sitinjak

158330120

## **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

Peneliti bernama Romian Ivana Stinjak Dilahirkan Di Medan pada tanggal 24 Agustus 1989 dari Bapak (Alm) Benri Sitinjak dan Ibu Risma Tota Simanik, peneliti merupakan anak ke pertama dari 3 bersaudara. Peneliti lulusan dari SMA St. Thomas 2 Medan pada tahun 2007, dan pada tahun 2015 peneliti terdaftar sebagai mahasiswa Universitas Medan Area Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen



## ABSTRAK

### “Pengaruh harga jual kamar, biaya promosi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada sapadia hotel Siantar 2016-2020”

Oleh : Romian Ivana Sitinjak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui “Pengaruh harga jual kamar, biaya promosi dan biaya operasional terhadap laba bersih pada sapadia hotel Siantar. Jenis penelitian ini adalah Asosiatif Kausal dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dari penelitian ini adalah Laporan Keuangan Sapadia Hotel Siantar yaitu laporan laba rugi dan laporan arus kas Sapadia Hotel Siantar dari tahun 2016 sampai tahun 2020. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan populasi laporan keuangan Sapadia Hotel selama 5 tahun, maka dapat diambil sampel sebanyak 60 sampel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Harga Jual Kamar memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih pada Sapadia Hotel Siantar pada tahun 2016-2020 dengan nilai probabilitasnya  $0,000 < 0,05$ . Hasil penelitian dari variabel Biaya Promosi menunjukkan bahwa nilai probabilitasnya sebesar  $0,509 > 0,05$  yang artinya bahwa Biaya Promosi memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap laba bersih Sapadia Hotel Siantar. Dan hasil penelitian dari variabel Biaya Operasional menunjukkan bahwa nilai probabilitas dari biaya operasional sebesar  $0,043 < 0,05$ , ini artinya bahwa Biaya Operasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih, sedangkan biaya promosi tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih pada Sapadia Hotel Siantar.

**Kata Kunci : Harga kamar, Biaya promosi , Biaya Operasional, Dan Laba bersih**

## ABSTRACT

***"The influence of room selling prices, promotional costs and operating costs on net profit at Sapadia Hotel Siantar 2016-2020"***

***By: Romian Ivana Sitinjak***

*This study aims to determine "The effect of room selling prices, promotional costs and operating costs on net income at Sapadia Hotel Siantar. This type of research is causal associative with a quantitative approach. The population of this study is the Financial Statements of Sapadia Hotel Siantar, namely the income statement and cash flow statements of Sapadia Hotel Siantar from 2016 to 2020. The sampling method used in this study is purposive sampling, which is a sampling technique with certain considerations. With the population of Sapadia Hotel's financial statements for 5 years, 60 samples can be taken.*

*The results of this study indicate that the selling price of the room has a significant effect on net income at Sapadia Hotel Siantar in 2016-2020 with a probability value of  $0.000 < 0.05$ . The results of the research from the Promotional Cost variable show that the probability value is  $0.509 > 0.05$ , which means that the Promotional Cost has an insignificant effect on Sapadia Hotel Siantar's net profit. And the results of the study of the Operating Costs variable show that the probability value of operating costs is  $0.043 < 0.05$ , this means that Operating Costs have a significant effect on net income, while promotion costs have no positive and significant effect on net income at Sapadia Hotel Siantar.*

***Keyword : Room price, promotion cost, operating cost, and net profit***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti ucapkan kepada Tuhan YME atas segala berkat dan kasih karunia-Nya sehingga penulisan dan penyusunan skripsi ini dapat peneliti selesaikan dengan judul “Pengaruh Penetapan Harga Jual Kamar, Biaya Promosi, Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk menempuh program strata-1 (S-1) Sarjana Akuntansi Program Studi Akuntansi Universitas Medan Area.

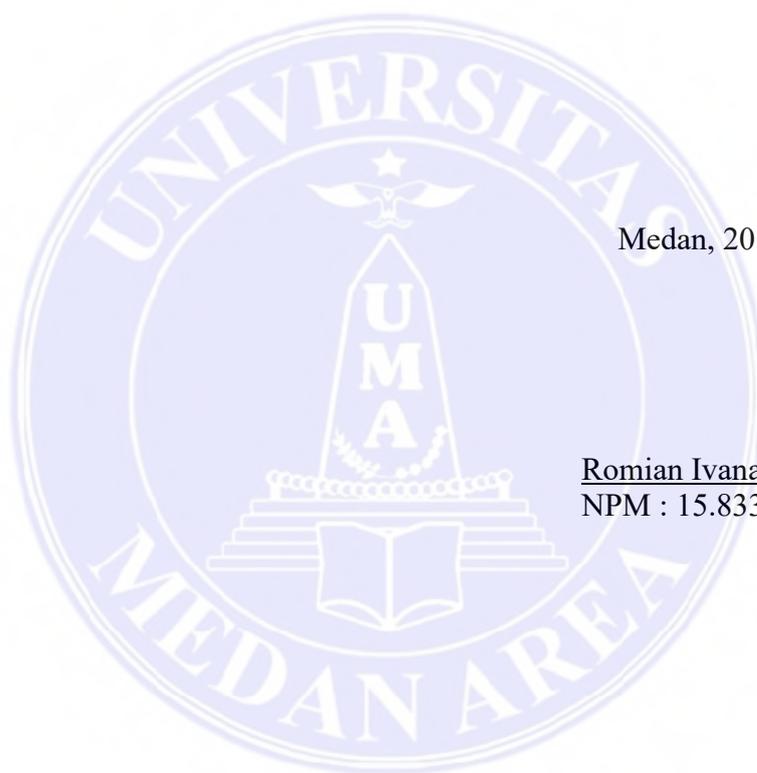
Dalam penulisan skripsi ini, peneliti menyadari masih banyak kekurangan yang dikarenakan keterbatasan dan kemampuan yang peneliti miliki. Oleh karena itu peneliti menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi ini.

Proses penulisan skripsi ini peneliti banyak mendapat bimbingan, dukungan dan bantuan dari berbagai pihak baik dalam bentuk moril dan material sehingga skripsi ini dapat peneliti selesaikan. Dalam kesempatan ini dengan kerendahan hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Sc, selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak\_Ahmad Rafiki, BBA, MMGt, Ph.D, CIMA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan bisnis selaku Ketua Universitas Medan Area.
3. Ibu Fauziah Rahman, S.Pd, M.Ak, selaku Kepala Program Studi Akuntansi Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr. Sari Bulan Tambunan, SE, MMA, selaku Dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan masukan kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi.
5. Ibu T.Alvi Syahri Mahzura, SE, M.Sak, selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan kepada peneliti dalam proses penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak Muhammad Habibi, SE, M.Sak, selaku sekretaris yang telah memberikan kemudahan kepada peneliti dalam hal kuliah.

7. Orang tua tercinta Risma Tota Br Damanik, serta suami dan anak-anak , Lui dan Luca, yang selalu memberikan semangat dan pengertiannya dalam penyelesaian skripsi ini.
8. Bapak Daulat Panjaitan, S.E, dan seluruh staf dan karyawan Sapadia Hotel Siantar, Pematang Siantar.

Peneliti menyadari skripsi ini masih banyak kelemahan, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca sekalian. Akhir kata peneliti mengucapkan terima kasih.



Medan, 20 Maret 2022

Romian Ivana Sitinjak  
NPM : 15.833.0120

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b> .....	<b>iii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	5
1.3 Tujuan Masalah .....	6
1.4 Manfaat Masalah .....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Harga Jual Kamar .....	8
2.1.2 Biaya Promosi .....	12
2.1.3 Biaya Operasional .....	14
2.1.4 Laba .....	17
2.1.5 Pengertian Hotel .....	19
2.2 Penelitian Terdahulu .....	20
2.3 Kerangka Konseptual .....	21
2.4 Hipotesisi Penelitian .....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>24</b>
3.1 Jenis Penelitian .....	24
3.2 Tempat Penelitian .....	24

3.3. Waktu Penelitian .....	24
3.4 Populasi dan Sampel .....	25
3.5 Jenis dan Sumber Data .....	26
3.6 Definisi Operasional Variabel Penelitian .....	27
3.7 Teknik Analisis Data .....	28
3.7.1 Uji Asumsi Klasik .....	30
3.7.1.1 Uji Normalitas .....	31
3.7.1.2 Uji Multikolinearitas .....	31
3.7.1.3 Uji Heterokedastisitas .....	32
3.7.1.4 Uji Autokorelasi .....	32
3.7.2 Analisis Regresi Linear Berganda .....	33
3.7.3 Uji Hipotesis .....	33
3.7.3.1 Uji Parsial .....	33
3.7.3.2 Uji Simultan .....	34
3.7.3.3 Uji Koefisien Determinasi .....	34
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>35</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	35
4.1.1 Sejarah Singkat Sapadia Hotel Siantar .....	35
4.1.2 Profil Sapadia Hotel Siantar.....	35
4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik .....	37
4.2.1 Uji Normalitas .....	37
4.2.2 Uji Multikolinearitas .....	38
4.2.3 Uji Heterokedastisitas .....	39
4.2.4 Uji Autokorelasi .....	40
4.3 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	41
4.4 Hasil Uji Hipotesis.....	42
4.4.1 Uji Parsial .....	43
4.4.2 Uji Simultan .....	43
4.4.3 Uji Koefisien Determnasi .....	44
4.5 Pembahasan .....	45
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>50</b>

5.1 Kesimpulan .....	50
5.2 Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>52</b>
<b>LAMPIRAN</b>	



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat Hunian Kamar Sapadia Hotel Siantar .....	3
Tabel 1.2 Laporan Laba/Rugi Sapadia Hotel Siantar Tahun 2016 s/d 2020 .....	3
Tabel 1.3 Jenis Kamar Sapadia Hotel Siantar .....	4
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 3.1 Waktu Penelitian .....	29
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel .....	32
Tabel 3.3 Kriteria Nilai Uji Durbin-Watson .....	37
Tabel 4.1 Hasil Uji Normalitas – One Sample Kolmogorof – Smirnov .....	43
Tabel 4.2 Hasil Uji Multikolinieritas .....	45
Tabel 4.3 Hasil Uji Autokorelasi.....	46
Tabel 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	47
Tabel 4.5 Hasil Regresi Linear Berganda .....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji t .....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji F .....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji .....	51

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual ..... 23



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### 1.1 LATAR BELAKANG

Menurut Ikatan Akuntansi Indonesia (2007) penghasilan bersih (laba) seringkali digunakan sebagai ukuran kinerja atau sebagai dasar bagi ukuran yang lain seperti imbalan investasi (*return on investmen*) atau penghasilan per saham (*earnig per share*). Laba adalah kenaikan modal (aktiva bersih) yang berasal dari transaksi sampingan atau transaksi yang jarang terjadi dari suatu badan usaha, dandari semua transaksi atau kejadian lain yang mempunyai badan usaha selama satu periode, akan sangat berpengaruh terhadap beberapa aspek kegiatan perusahaan, baik menyakut kegiatan penjualan maupun aspek keuntungan yang ingin dicapai oleh perusahaan.

Karena banyaknya persaingan perhotelan, kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan sangat diharapkan dapat meningkatkan jumlah penjualan kamar hotel yang dimana akan berdampak pada laba perusahaan. Kegagalan dalam proses pemasaran akan menyebabkan kegagalan untuk mendapatkan laba. Hal ini akan mempengaruhi kemampuan perusahaan untuk meningkatkan produktivitas dalam perusahaan. Jadi dapat dikatakan, kegiatan promosi atau pemasaran merupakan masalah penting dalam perusahaan. Masalah pemasaran bukan saja menyangkut masalah usaha untuk meningkatkan penjualan kamar sehingga menghasilkan laba yang semaksimal mungkin tetapi perhatian terhadap biaya-biaya yang dikeluarkan terutama biaya operasional. Dalam mencapai laba perusahaan tidak akan lepas dari

penjualan serta biaya, termasuk biaya operasional. Biaya operasional pada dasarnya dikeluarkan untuk menjalankan aktifitas perusahaan. Kelebihan biaya operasional mengakibatkan perusahaan mengalami kerugian dalam menjalankan aktifitasnya, sedangkan kekurangan biaya operasional mengakibatkan perusahaan tidak dapat menjalankan aktifitasnya dengan baik dan dapat menghambat pencapaian tujuan perusahaan yakni salah satunya memperoleh laba setinggi-tingginya. Laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian. Transaksi ini diikhtisarkan dalam laporan laba rugi.

Pandemic Covid-19 yang berasal dari kota Wuhan China ini masuk merajalela dinegara-negara di dunia. Indonesia senriri terkena dampak yang diindikasi berasal dari kedatangan masyarakat Indonesia yang baru berpergian dariNegara yang telah dijangkiti virus ini sebelumnya. Industri perhotelan merupakan industry yang sangat terpuuk dan berdampak hebat dalam Pandemic ini. Ditambahlagi anjuran pemerintah untuk tetap berdiam diri dirumah, bekerja dirumah, belajardirumah sehingga industri perhotelan ini banyak yang mengalami gejala kebangkrutan. Efek pandemi terhadap tingkat penghunian kamar hotel berbintang terlihat dalam data dari bulan ke bulan di tahun ini.

Sapadia Hotel Siantar yang merupakan industri perhotelan yang tidak luput dari dampak selama pandemic Covid-19. Tentu hal ini sangat berdampak pada perolehan laba yang diperoleh Sapadia Hotel selama masa pandemic ini. Dampak tersebut dapat dilihat dari tingkat hunian kamar dari tahun 2016 sampai tahun 2020 dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 1.1**  
**Tingkat Hunian Kamar Sapadia Hotel Siantar**

<b>No.</b>	<b>Tahun</b>	<b>Tingkat Hunian (%)</b>
1.	2016	49,48
2.	2017	53,39
3.	2018	63,73
4.	2019	64,28
5.	2020	20,14

*Sumber : Departemen Housekeeping tahun 2020*

Dari tabel di atas dapat dinyatakan bahwa terjadi penurunan tingkat okupansi dari tahun 2019 ke tahun 2020 sebesar 44,14%, angka ini merupakan angka terendah yang dialami Sapadia Hotel siantar sepanjang lima tahun terakhir yang mana hal ini merupakan dampak dari pandemic. Menurut catatan BPS, untuk kabupaten Simalungun sendiri mengalami penurunan tingkat hunian hotel pada tahun 2019 24,89% menurun pada tahun 2020 menjadi 18,76%.

**Tabel 1.2**  
**Laporan Laba/Rugi Sapadia Hotel Siantar Tahun 2016 s/d 2020**

<b>Uraian</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>
Penjualan Kamar	6,998,325,000	7,587,930,300	8,786,010,000	8,881,870,000	2,914,110,000
Biaya Promosi	139,500,000	160,200,000	157,500,000	141,600,000	141,600,000
Biaya Operasional	4,560,507,000	6,813,859,066	6,971,704,846	5,451,951,476	4,494,111,794
Laba	4,908,827,500	5,311,551,210	6,150,207,000	6,217,309,000	2,039,877,000

*Sumber : Sapadia Hotel Siantar*

Dari tabel diatas dapat dilihat terjadi penurunan laba pada tahun 2017 dan 2020, dimana terdapat beberapa factor yang terlihat dalam laporan laba rugi. Pada tahun 2017 penurunan lama dapat dilihat karena besarnya jumlah biaya operasional

yang dikeluarkan, sedangkan pada tahun 2020 rendahnya tingkat hunian mempengaruhi pendapatan kamar pada Sapadia Hotel Siantar.

Sapadia Hotel sendiri memiliki 5 tipe kamar yang ditawarkan kepada calon konsumen terdiri atas :

**Tabel 1.3**  
**Jenis Kamar Sapadia Hotel Siantar**

<b>Tipe Kamar</b>	<b>Harga / malam</b>	<b>Fasilitas</b>
Superior	Rp 550.000	Free Breakfast, Free Wifi, Refrigerator, Air Conditioning (AC), Coffe/tea maker, Hot water, Complimentary bottled water, television, desk, Shower (cold/hot water), Private Bathroom, Toiletries.
Junior Deluxe	Rp 610.000	Free Breakfast, Free Wifi, Refrigerator, Air Conditioning (AC), Coffe/tea maker, Hot water, Complimentary bottled water, television, desk, Shower (cold/hot water), Private Bathroom, Toiletries.
Deluxe	Rp 650.000	Free Breakfast, Free Wifi, Refrigerator, Air Conditioning (AC), Coffe/tea maker, Hot water, Complimentary bottled water, television, desk, Shower (cold/hot water), Private Bathroom, Toiletries.
Deluxe Executive	Rp 740.000	Free Breakfast, Free Wifi, Refrigerator, Air Conditioning (AC), Coffe/tea maker, Hot water, Complimentary bottled water, television, desk, Shower (cold/hot water), Private Bathroom, Toiletries.
Executive	Rp 850.000	Free Breakfast, Free Wifi, Refrigerator, Air Conditioning (AC), Coffe/tea maker, Hot water, Complimentary bottled water, television, desk, Shower (cold/hot water), Private Bathroom, Toiletries.

Sumber : Sapadia Hotel Siantar

Kamar-kamar ini ditata dengan mewah sehingga memberikan pengalaman menginap yang hangat dan nyaman. Di dalam kamar juga disediakan televisi, AC, wi-fi hingga air panas dan dingin 24 jam. Mengingat kota siantar merupakan kota yang dekat dengan berbagai tempat wisata, hal ini yang menjadi daya tarik bagi Sapadia Hotel sendiri. Dengan kamar yang nyaman, tata kamar yang mewah, fasilitas yang lengkap, dan berada dipusat kota, harga kamar yang ditawarkan oleh Sapadia Hotel Siantar cukup bersaing. Dengan demikian, penulis ingin meneliti apakah Pengaruh Harga Jual Kamar, Biaya Promosi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar.

Sehingga berdasarkan pada latar belakang tersebut, penulis ingin mengetahui apakah penetapan harga jual kamar yang ditawarkan Sapadia Hotel Siantar, biaya promosi yang dikeluarkan, serta pengeluaran biaya operasional terhadap perolehan laba selama masa pandemic Covid-19. Dengan demikian peneliti tertarik untuk mengambil judul **“Pengaruh Harga Jual Kamar, Biaya Promosi Dan Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar.”**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, peneliti membuat perumusan masalah tentang Pengaruh perencanaan harga kamar, biaya promosi, dan biaya operasional terhadap Laba pada Sapadia Hotel Siantar sebagai berikut :

1. Apakah Harga Jual Kamar berpengaruh terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar 2016-2020?
2. Apakah Biaya Promosi berpengaruh terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar 2016-2020?
3. Apakah Biaya Operasional berpengaruh terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar 2016-2020?
4. Apakah Harga Jual Kamar, Biaya Promosi dan Biaya Operasional secara bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar 2016-2020?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian yang dilakukan oleh penulis adalah sebagai berikut :

:

1. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Jual Kamar Terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar 2016-2020.
2. Untuk Mengetahui Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar 2016-2020.
3. Untuk Mengetahui Pengaruh Biaya Operasional Terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar 2016-2020.
4. Untuk Mengetahui Pengaruh Harga Jual Kamar, Biaya Promosi dan Biaya Operasional secara bersama-sama berpengaruh terhadap Laba Bersih pada Sapadia Hotel Siantar 2016-2020.

### 1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 1. Bagi Peneliti

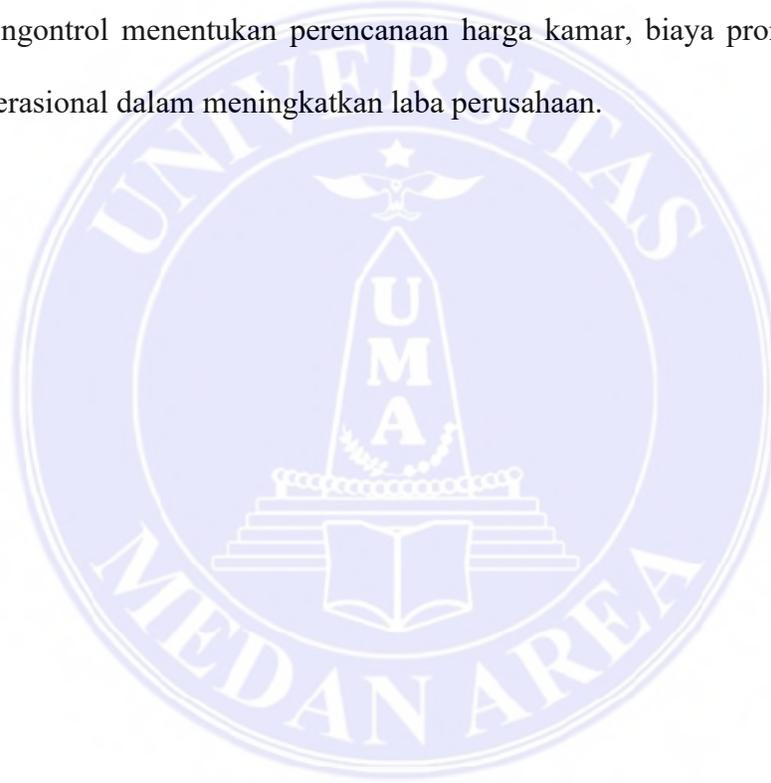
Penulisan penelitian ini bermanfaat untuk menerapkan pengetahuan yang didapatkan selama perkuliahan. Serta melatih untuk menggabungkan hasil bacaan dari berbagai sumber, terutama untuk mempelajari lebih dalam mengenai “Pengaruh Perencanaan Harga Kamar, Biaya Promosi dan Biaya Operasional terhadap Laba pada Sapadia Hotel Siantar”.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan “Pengaruh Perencanaan Harga Kamar, Biaya Promosi dan Biaya Operasional terhadap Laba pada Sapadia Hotel Siantar”.

## 3. Bagi Perusahaan

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Sapadia Hotel untuk mengontrol menentukan perencanaan harga kamar, biaya promosi dan biaya operasional dalam meningkatkan laba perusahaan.



## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### 2.1 LANDASAN TEORI

##### 2.1.1 Harga Jual Kamar

###### 1. Pengertian Harga

Menurut para ahli (Fandy Tjiptono, Gregorius Chandra dan Dadi Adriana, 2008: 465), Harga merupakan nilai barang atau jasa yang diungkapkan dalam satuan rupiah atau satuan mata uang lainnya. Dalam hal ini harga jual merupakan suatu yang digunakan untuk mendapatkan sejumlah barang dan jasa serta pelayanannya. Harga dapat diungkapkan menjadi berbagai istilah yaitu, iuran, tarif, sewa, bunga, premium, komisi, upah, gaji, honorarium, SPP, dan sebagainya.

###### 2. Penetapan Harga Jual Kamar

Harga jual sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk mendapatkan produk, baik berupa barang atau jasa (Kotler 1991). Harga jual yaitu sejumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepadapembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan (R. A. Supriyono 1995).

Tingkat harga yang ditetapkan mempengaruhi kuantitas yang terjual. Selain itu secara tidak langsung harga juga mempengaruhi biaya, karena kuantitas yang terjual berpengaruh pada biaya yang ditimbulkan berkaitan dengan efisiensi produksi. harga mempengaruhi pendapatan total dan biaya total, maka keputusan dan strategi penentuanharga mempunyai peran penting dalam setiap perusahaan.

###### a. Tujuan Penetapan Harga

Tujuan penetapan harga perlu ditentukan terlebih dahulu, agar tujuan perusahaan

dapat tercapai. Hal ini penting karena tujuan perusahaan merupakan dasar atau pedoman bagi perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran, termasuk kebijakan penentuan harga. Sebelum harga itu ditetapkan, manajer harus menetapkan tujuan harga tersebut. Manajemen bertujuan meningkatkan volume penjualan dengan memberikan diskon atau strategi penentuan harga yang agresif lainnya meskipun harus mengalami rugi dalam jangka pendek. Penentuan harga yang dilaksanakan oleh perusahaan bukan merupakan tujuan perusahaan yang sebenarnya tapi penentuan harga ini merupakan salah satu sarana dalam pencapaian tujuan perusahaan. Tujuan penentuan harga menurut Harini (2008: 55) adalah sebagai berikut:

1. Penentuan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi.

Biasanya besar keuntungan dari suatu investasi telah ditetapkan persentasenya dan untuk mencapainya diperlukan penentuan harga dari barang yang dihasilkannya.

2. Penentuan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga. Usaha pengendalian harga diarahkan terutama untuk mencegah terjadinya perang harga, khususnya bila menghadapi permintaan yang sedang menurun.
3. Penentuan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar. Apabila perusahaan mendapatkan bagian pasar dengan luas tertentu, maka ia harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya
4. Penentuan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan.

Apabila perusahaan baru mencoba-cobamemasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa ia akan menetapkan penjualan.

5. Penentuan harga untuk memaksimalkan laba. Tujuan ini biasanya menjadi panutan setiap usaha bisnis. Kelihatannya usaha mencari untung mempunyai konotasi yang kurang baik seolah-olah menindas konsumen. Padahal sesungguhnya hal yang wajar saja. Setiap usaha untuk bertahan hidup memerlukan laba.

b. Faktor-faktor Penetapan Harga Jual

Faktor yang Mempengaruhi Penetapan Harga Jual dipengaruhi oleh beberapa faktor, baik faktor internal maupun eksternal. Faktor internal meliputi: tujuan pemasaran, biaya, dan metode penentuan harga. Faktor eksternal meliputi: sifat pasar dan permintaan, persaingan, dan faktor lingkungan perekonomian, pemerintahan. Menentukan harga jual dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut diharapkan tujuan perusahaan dapat tercapai, khususnya penentuan harga yang sesuai dengan daya beli konsumen dan memberikan keuntungan pada perusahaan.

c. Metode Penetapan Harga Jual

Penetapan harga jual produk atau jasa suatu perusahaan merupakan pengambilan keputusan manajemen yang penting bagi perusahaan. Kebijakan manajemen dalam menentukan harga jual produk atau jasa berpengaruh untuk seluruh aspek kegiatan perusahaan, bukan hanya aspek tertentu saja. Harga jual produk atau jasa tersebut mempengaruhi volume penjualan perusahaan dan

mempengaruhi jumlah pendapatan perusahaan.

Tarif Sewa Kamar Hotel perusahaan jasa seperti perhotelan perlu memikirkan tentang penentuan Tarif Sewa Kamar secara tepat, karena tarif yang tidak tepat akan berakibat konsumen tidak tertarik pada produk jasa yang ditawarkan. Penentuan Tarif Sewa Kamar yang tepat bukan berarti bahwa tarif tersebut ditetapkan dengan rendah. Seringkali bahwa tarif yang ditetapkan sangat rendah, maka banyak konsumen justru tidak senang karena dapat mempengaruhi kualitas jasa, pelayanan, dan fasilitas yang ditawarkan oleh hotel. Dasar biaya-biaya yang dipertimbangkan dalam suatu Tarif Sewa Kamar akan menjadi pertimbangan utama bagi perusahaan dalam menentukan harga. Pada umumnya perusahaan menetapkan harga menggunakan dasar biaya yang digunakan dan kemudian ditambah dengan keuntungan yang diinginkan oleh perusahaan.

Dasar konsumen penentuan harga pada suatu hotel, mungkin saja tidak sesuai dengan apa yang dikehendaki oleh konsumen. Maka diperlukan penentuan harga berdasarkan selera konsumen atau permintaan konsumen. Dasar penentuan harga yang seperti ini, maka konsumen akan merasa puas terhadap harga yang ditetapkan oleh perusahaan. Konsumen menganggap harga tersebut telah sesuai dengan kualitas jasa yang didapatkannya. Dasar penentuan harga menurut kebutuhan perusahaan dalam hal persaingannya dengan perusahaan dengan perusahaan lain yang sejenis dan menerapkan persaingan-pesaingannya.

Tujuan utama dari sebuah industri atau usaha perhotelan adalah untuk mendapatkan sebanyak mungkin tingkat hunian kamar namun tidak terlepas dari

kepuasan wisatawan yang akan menghunikamar tersebut, karena semakin tinggi tingkat hunian kamar akan menunjukkan semakin besar keuntungan yang akan diperoleh oleh perusahaan tersebut.

### 2.1.2 Biaya Promosi

Hansen dan Mowen (2009:40), mendefinisikan Biaya adalah kas atau nilai ekuivalen kas yang dikorbankan untuk mendapatkan barang atau jasa yang diharapkan memberi manfaat saat ini atau di masa datang bagi organisasi. Di katakanebagai ekuivalen kas karena sumber non-kas dapat di tukar dengan barang atau jasanya yang di inginkan. Jadi, kita dapat menganggap biaya sebagai ukuran dollar dari sumber daya yang di gunakan untuk mencapai keuntungan tertentu.

Sedangkan menurut Abdullah Shahab (1997:41) mengemukakan definisi biaya adalah: “Biaya adalah pengeluaran uang atau prestasi yang diterima untuk menjalankan perusahaan atau untuk proses produksi yang dipergunakan dalam rangka mendapatkan hasil tersebut. Promosi merupakan salah satu dari variabel bauran pemasaran yang mengkomunikasikan produk dengan calon pembeli potensial melalui berbagai unsur yang terdapat dalam program promosi. Program promosi merupakan saluran komunikasi utama terhadap calon pembeli.

Menurut William dalam Basu Swastha dan Irawan (2000 :27), promosi adalah arus informasi atau persuasif arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan untuk menciptakan pertukaran. Promosi merupakan salah satu faktor penentu keberhasilan suatu program pemasaran. Produk yang sudah direncanakan dengan baik serta telah ditentukan harga jualnya secara tepat, belum

menjamin keberhasilan pemasaran terhadap produk. Hal ini disebabkan karena apabila produk yang sudah bagus dengan harga sudah ditentukan tidak dapat dikenal oleh konsumen, maka produk tersebut tidak laku di pasaran. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan membutuhkan biaya, dalam hal ini disebut biaya promosi. Secara harfiah biaya promosi dapat diartikan sebagai biaya atau sejumlah pengorbanan yang dikeluarkan oleh perusahaan dalam menjalankan kegiatan pemasaran khususnya dalam hal pelaksanaan. Tujuan utama dari promosi adalah menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk serta mengingatkan pelanggan sasaran tentang perusahaan dan bauran pemasarannya.

Menurut Kamus Besar Indonesia, Balai Pustaka (1996 :129) menyatakan bahwa : “Biaya promosi adalah yang dikeluarkan untuk pengembangan perusahaan atau memajukan aktivitas baru atau usaha – usaha peningkatan penjualan”. Biaya promosi ini ditentukan perusahaan dengan cara menjumlahkan seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan untuk melaksanakan promosi barang atau produknya. Beberapa perusahaan memakai alat promosi yang berbeda satu dengan lainnya. Hal ini berkaitan dengan promosi seperti apa yang cocok bagi perusahaan tersebut.

Dengan menggunakan beberapa alat promosi, maka biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan pun akan terdiri dari beberapa macam alat promosi, sehingga total biaya promosi merupakan jumlah dari seluruh biaya yang dikeluarkan perusahaan saat perusahaan melakukan promosi dengan berbagai macam alat promosi seperti iklan di media massa, mengadakan pameran, dan iklan di media elektronik.

Dari penjelasan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa biaya promosi adalah

nilai yang dikorbankan atau dikeluarkan oleh suatu perusahaan untuk kepentingan promosi dalam kaitannya dengan pemasaran produk yang dihasilkan oleh perusahaan tersebut.

### 2.1.3 Biaya Operasional

Secara umum biaya operasional diartikan sebagai biaya yang terjadi dalam kaitannya dengan operasi yang dilakukan perusahaan dan diukur dalam satuan uang. Biaya operasi atau biaya operasional adalah biaya – biaya yang tidak berhubungan langsung dengan produk perusahaan tetapi berkaitan dengan aktivitas operasi perusahaan sehari-hari.

Biaya juga dapat diklasifikasikan dalam hubungan dengan operasi perusahaan, biaya operasi ( biaya penjualan dan biaya administrasi dan umum) dan biaya non-operasional, artinya biaya yang telah dikeluarkan dan diperhitungkan namun tidak memiliki hubungan langsung dengan usaha pokok perusahaan, misalnya biaya bunga untuk perusahaan industri manufaktur (Musriyadi,2008).

Jadi biaya operasional adalah pengeluaran yang berhubungan dengan operasi, yaitu semua pengeluaran yang langsung digunakan untuk produksi atau pembelian barang yang diperdagangkan termasuk biaya umum, penjualan, administrasi, dan bunga pinjaman. Biaya operasional meliputi biaya tetap dan biaya variabel. Jumlah biaya variabel tergantung pada volume penjualan atau proses produksi, jadi mengikuti peningkatan atau penurunannya. Sedangkan biaya tetap selalu konstan meskipun volume penjualan produksi meningkat atau turun. Singkatnya biaya operasional merupakan biaya yang harus dikeluarkan agar kegiatan atau operasi perusahaan tetap

berjalan.

Biaya Operasional menurut Nafarin (2000) “ Biaya operasional adalah biaya usaha pokok perusahaan selain harga pokok penjualan. Biaya usaha terdiri dari biaya penjualan, biaya administrasi dan umum”. Supriyanto mengelompokkan biaya operasional ke dalam biaya pemasaran dan biaya administrasi :

- 1) Biaya pemasaran adalah meliputi semua biaya dalam rangka menyelenggarakan kegiatan pemasaran.
- 2) Biaya administrasi dan umum semua biaya yang terjadi dan berhubungan dengan fungsi administrasi dan umum.

Dalam perusahaan jasa perhotelan, penggolongan biaya operasional menurut fungsinya antara lain sebagai berikut :

1. Biaya Front Office

Kegiatan untuk memenuhi pesanan yang diterima dari pelanggan.

2. Biaya Food and Beverage

Kegiatan perancangan dan pelaksanaan kegiatan untuk membeikan pesanan makanan, minuman maupun hal lain yang di perlukan oleh penghuni kamar hotel. Biaya fungsi Food and Bevergae meliputi : gajikaryawan bagian food and beverage, dan lain-lain.

Kegiatan perancangan dan pelaksanaan kegiatan untuk membeikan pesanan makanan, minuman maupun hal lain yang di perlukan oleh penghuni kamar hotel.

Biaya fungsi Food and Bevergae meliputi : gaji karyawan bagian food and beverage, biaya makanan dan minuman, dan lain-lain.

### 3. Biaya Housekeeping

Kegiatan yang bertanggung jawab atas seluruh kebersihan hotel baik dalam ruangan maupun public area serta membersihkan berbagai fasilitas hotel. Biaya fungsi Housekeeping meliputi; alat-alat kebersihan, gaji karyawan Housekeeping, dan lain-lain.

### 5. Biaya Engginering, Security,& Driver

Kegiatan memantau dan mengatur keamanan hotel, memantau serta membantu keluar masuknya kendaraan yang keluar masuk hotel baik kendaraan milik tamu ataupun staf hotel.

### 6. Biaya Housekeeping

Kegiatan yang bertanggung jawab atas seluruh kebersihan hotel baik dalam ruangan maupun public area serta membersihkan berbagai fasilitas hotel.

Kegiatan perancangan dan pelaksanaan kegiatan untuk membeikan pesanan makanan, minuman maupun hal lain yang di perlukan oleh penghuni kamar hotel. Biaya fungsi Food and Bevergae meliputi : gaji karyawan bagian food and beverage, biaya makanan dan minuman, danlain-lain.

### 7. Biaya Housekeeping

Kegiatan yang bertanggung jawab atas seluruh kebersihan hotel baik dalam ruangan maupun public area serta membersihkan berbagai fasilitas hotel. Biaya

fungsi Housekeeping meliputi; alat-alat kebersihan, gaji karyawan Housekeeping, dan lain-lain.

#### 8. Biaya Engginering, Security,& Driver

Kegiatan memantau dan mengatur keamanan hotel, memantau serta membantu keluar masuknya kendaraan yang keluar masuk hotel baik kendaraan milik tamu ataupun staf hotel.

#### 9. Biaya Housekeeping

Kegiatan yang bertanggung jawab atas seluruh kebersihan hotel baik dalam ruangan maupun public area serta membersihkan berbagai fasilitas hotel.

### 2.1.4 Laba

Laba atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama bagi perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya (Kasmir, 2016). Laba merupakan indikator keberhasilan bagi perusahaan yang berorientasi pada laba, karena biasanya keberhasilan dari suatu perusahaan tersebut dilihat dari jumlah laba yang diperolehnya pada periode tertentu. Laba merupakan keuntungan atas upaya perusahaan dalam menghasilkan dan menjual barang atau jasanya (Suwardjono, 2008:464). Selain itu, Hery (2013:46) menyatakan, laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian. Transaksi - transaksi ini diikhtisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode tertentu. Laba yang diperoleh perusahaan akan dapat digunakan untuk berbagai kepentingan

oleh pemilik dan manajemen. Melalui laba ini, perusahaan dapat tumbuh dan berkembang, dapat menggunakan kemampuan yang lebih besar, dapat memberikan tingkat kepuasan yang lebih besar pada konsumen, serta dapat memperkuat kondisi perekonomian secara keseluruhan (Basu Swastha, 2002). Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi laba yaitu biaya, harga jual, dan volume penjualan atau produksi (Mulyadi, 2001).

Selain itu, Munawir (2012) juga berpendapat bahwa beberapa faktor yang dapat mempengaruhi pencapaian laba yang besar baik dalam perencanaan maupun realisasinya yaitu, perusahaan harus mampu menekan biaya produksi maupun biaya operasi serendah mungkin dengan mempertahankan tingkat harga jual dan volume penjualan yang ada, perusahaan mampu menentukan harga jual sedemikian rupa sesuai dengan laba yang dikehendaki, dan mampu meningkatkan volume penjualan sebesar mungkin.

Laba Bersih atau keuntungan merupakan salah satu tujuan utama didirikan suatu perusahaan. Terjadinya peningkatan manfaat ekonomi selama periode Akuntansi dalam bentuk kas masuk atau peningkatan aset atau penurunan kewajiban (utang) yang menghasilkan peningkatan ekuitas. Laba Bersih diperoleh setelah pendapatan dikurangi beban-beban termasuk pajak perusahaan. Laba bersih berasal dari transaksi pendapatan, beban, keuntungan, dan kerugian. Transaksi-transaksi ini diikhtisarkan dalam laporan laba rugi. Laba dihasilkan dari hasil selisih antara sumber daya masuk (pendapatan dan keuntungan) dengan sumber daya keluar (beban dan kerugian) selama periode waktu tertentu.

### 2.1.5 Pengertian Hotel

Menurut Agus Sulastiyono (2004) : Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang sedang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus. Hotel memiliki berbagai jenis harga kamar. Harga kamar tersebut berbeda-beda tergantung pada jenis dan luas kamar.

Harga kamar secara garis besar dibagi atas dua macam, yaitu harga pasti dan harga potongan. Harga pasti adalah harga kamar yang tidak dapat ditawar. Harga kamar ini persis dengan harga yang dikeluarkan oleh pihak manajemen dalam bentuk brosur, sedangkan harga potongan adalah harga kamar standar dengan diskon harga.

Menurut United State Lodging Industry dalam buku Agus Sulastiyono (2004), hotel terbagi menjadi tiga jenis yaitu :

1. Transit Hotel, yaitu hotel yang letaknya/lokasinya berada ditengah kota dengan jenis tamu yang menginap sebagian besar adalah untuk urusan bisnis dan turis.
2. Residential Hotel, yaitu hotel yang pada dasarnya merupakan rumah yang berbentuk apartemen dengan kamar, dan disewakan secara bulanan atau tahunan.
3. Resort Hotel, yaitu hotel yang pada umumnya berlokasi ditempat- tempatwisata, dan menyediakan tempat-tempat rekreasi.

## 2.2 Penelitian Terdahulu

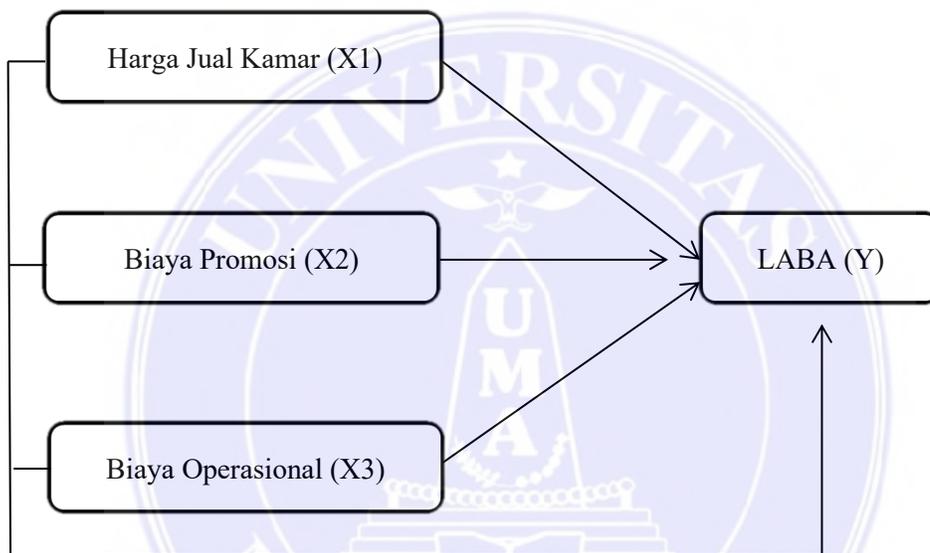
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

No.	Peneliti	Judul	Variabel Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Palupi Asrining Adi (2017)	Penetapan Tarif Sewa Kamar Untuk Meningkatkan Laba (Studi Kasus Hotel Grand Inna Malioboro Tahun 2017)	Tarif Kamar(X1) - Laba (Y)	Perhitungan harga kamar hotel dengan metode ABC dilakukan dengan 2 tahap. Tahap pertama biaya ditelusur ke aktivitas yang menimbulkan biaya dan tahap kedua membebankan biaya aktivitas ke produk. Sedangkan harga diperoleh dengan menambahkan cost sewa kamar dengan laba yang diharapkan.
2.	Kadek Marlita Dewi (2018)	Pengaruh Volume Penjualan Kamar Dan Biaya Operasional Terhadap Laba bersih Pada Hotel Grand Wijaya Singaraja Tahun 2014-2016.	- Volume Penjualan Kamar (X1) Biaya Operasional (X2) Laba (Y)	Hasil penelitian menunjukkan Volume penjualan kamar mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap laba bersih pada Hotel Grand Wijaya Singaraja tahun 2014-2016. Biaya operasional mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap laba bersih pada Hotel Grand Wijaya Singaraja tahun 2014-2016. Secara simultan volume penjualan kamar dan biaya operasional memiliki pengaruh yang signifikan terhadap laba bersih pada Hotel Grand Wijaya Singaraja tahun 2014-2016.
3.	Fifi Alfiah, Ruliaty, Ismail (2019)	Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Dalam Menunjang Peningkatan Laba Pada Hotel Santika Makassar	Biaya Promosi (X1) Tarif Kamar(X2) Laba (Y)	Biaya promosi berpengaruh positif secara parsial terhadap pendapatan hotel, sedangkan pada tarif kamar hotel, tidak berpengaruh secara parsial terhadap peningkatan laba. Biaya promosi dan tarif kamar secara bersama-sama atau simultan berpengaruh positif terhadap laba hotel Santika Makassar, hal ini dikarenakan bahwa biaya promosi dan tarif kamar menyumbang pendapatan bagi hotel, dengan kata lain biaya promosi dan tarif kamar keduanya sama-sama bagian penting dari hotel tersebut dalam meningkatkan laba.

### 2.3 Kerangka Konseptual

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh hubungan antara variabel bebas yaitu harga kamar, biaya promosi, dan biaya operasional terhadap variabel terikat yaitu laba perusahaan. Kerangka penelitian digunakan untuk mempermudah jalan pemikiran terhadap permasalahan yang dibahas.

Adapun kerangka pemikiran penelitian ini digambarkan pada model berikut ini:



**Gambar 2.2 Kerangka Konseptual**

#### 2.4. Hipotesis Penelitian

Menurut Martono (2010:57) hipotesis penelitian adalah jawaban sementara terhadap masalah penelitian, yang kebenarannya masih harus diuji secara empiris dalam rangkaian dari kesimpulan teoritis yang diperoleh dari penelaah kepustakaan. Secara teknis, hipotesis dapat didefinisikan sebagai pernyataan mengenai populasi yang akan diuji kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh dari sampel penelitian secara statistik sampel. Profitabilitas merupakan gambaran dari kinerja manajemen

dalam mengelola suatu perusahaan yang menunjukkan seberapa besar kemampuan perusahaan dalam memperoleh laba.

Untuk mendapatkan profit yang tinggi maka perusahaan harus meminimalkan biaya operasional karena ketika biaya operasional meningkat maka profit perusahaan akan menurun.

#### 1. Pengaruh harga jual kamar terhadap laba bersih.

Pendapatan hotel didapat dari tarif yang harus dibayar oleh pemakai jasa penginapan, hingga perhitungan harga pokok kamar sebagai salah satu dasar di dalam penentuan tarif atau harga jual merupakan suatu faktor yang sangat penting karena dapat mempengaruhi profitabilitas suatu hotel. Perhitungan biaya yang akurat sangat penting bagi perusahaan untuk mengetahui berapa jumlah sumber daya yang telah dikorbankan dalam proses produksinya. Biaya-biaya yang dikeluarkan oleh setiap hotel pada masing-masing jenis kamar dihitung secara total dan menghasilkan harga pokok. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh Harga Jual Kamar terhadap Nilai Penjualan yang berpengaruh terhadap laba.

H1 : Harga jual kamar berpengaruh signifikan terhadap tingkat laba bersih.

#### 2. Pengaruh biaya promosi terhadap laba bersih.

Kegiatan promosi yang dilakukan agar tujuan dari perusahaan dapat tercapai. Promosi yang sifatnya mengingatkan dilakukan terutama untuk mempertahankan merk dan image produk di hati konsumennya, dan ini perlu dilakukan selama tahap kedewasaan didalam siklus kehidupan barang atau jasa sebagai produksinya. Menurut Widnyana (2014) promosi bertujuan untuk menarik minat konsumen terhadap hasil

produksi suatu perusahaan. Promosi sebagai media untuk menjembatani kepentingan produsen dengan konsumen dengan tujuan perusahaan ingin selalu meningkatkan jumlah penjualannya untuk mendapatkan laba yang besar.

H2 : Perencanaan biaya promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap laba bersih.

### 3. Pengaruh biaya operasional terhadap laba bersih.

Biaya merupakan pengeluaran perusahaan yang dikorbankan untuk memperoleh pendapatan, sebagai upaya untuk mencapai tujuan utama perusahaan, yaitu memperoleh laba optimal. Laba bersih dapat diukur dengan membandingkan antara pendapatan dengan biaya. Apabila penghasilan lebih besar daripada beban, perusahaan dinyatakan memperoleh laba, dan bila terjadi sebaliknya (penghasilan lebih besar daripada beban) maka perusahaan menderita rugi (Jusuf, 2011:30).

H3 : Biaya operasional berpengaruh signifikan terhadap Laba Bersih.

### 4. Pengaruh Harga jual kamar, Biaya promosi, dan Biaya operasional terhadap laba bersih.

Apakah Harga jual kamar yang ditawarkan Sapadia Hotel Siantar, biaya promosi yang dikeluarkan, serta pengeluaran biaya operasional terhadap perolehan laba bersih pada Sapadia Hotel Siantar.

H4 : Harga jual kamar, biaya promosi, dan biaya operasional berpengaruh positif signifikan terhadap laba bersih.

## **BAB 3**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Adapun jenis penelitian yang digunakan yakni Penelitian Asosiatif Kausal. Menurut Sugiyono (2016:55), penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala. Hubungan kausal merupakan hubungan yang sifatnya sebab-akibat, salah satu variabel independen (Harga jual kamar, biaya promosi, dan biaya operasional) mempengaruhi variabel yang lain dependen (laba).

#### **3.2 Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **3.2.1 Tempat Penelitian**

Untuk mendapatkan data yang relevan, penelitian ini diadakan di Hotel Sapadia Siantar , Jl. P Diponegoro No.21A, Karo, Kec. Siantar Sel., Kota Pematang Siantar, Sumatera Utara 21145.

##### **3.2.2 Waktu Penelitian**

Waktu penelitian ini direncanakan mulai dari bulan Desember 2020 sampai dengan April 2022. Terdapat rincian kegiatan penelitian yang direncanakan lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 3.1**  
**Waktu Penelitian**

Kegiatan	2020	2021												2022								
	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	
Pengajuan Judul	■																					
Penyelesaian Proposal		■																				
Bimbingan Proposal			■	■	■	■																
Seminar Proposal							■															
Penulisan Skripsi								■	■	■	■	■	■	■	■	■						
Bimbingan Skripsi									■	■	■	■	■	■	■	■						
Seminar Hasil																	■	■	■	■	■	■
Meja Hijau																						■

### 3.3 Populasi dan Sampel

#### 3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2016 : 61) menjelaskan bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan katakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subjek atau objek yang diteliti itu, yang kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah Laporan Keuangan Sapadia Hotel Siantar yaitu laporan laba rugi Sapadia Hotel Siantar dari tahun 2016 sampai tahun 2020.

#### 3.3.2 Sampel

Sekarang (2011: 244) menjelaskan bahwa sampel adalah sebagian dari populasi yang terdiri atas sejumlah anggota yang dipilih dari populasi. Sebagai bagian dari populasi, sampel memberikan gambaran yang benar tentang populasi. Pengambilan sampel pada penelitian ini

menggunakan sampling jenuh.

Menurut Sugiyono (2013:96) “purposive sampling adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel ini dapat dikelompokkan menjadi sampel keputusan yang memilih anggota-anggota sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu atas dasar catatan yang lalu atau tujuan penelitian yang ingin dicapai”.

Adapun pertimbangan penentuan sampel yang digunakan dalam penelitian ini meliputi :

- a. Data yang diambil merupakan laporan keuangan setiap bulan Sapadia Hotel Siantar selama tahun 2016-2020.
- b. Data yang diambil merupakan laporan keuangan Sapadia Hotel Siantar pada periode 2016-2020 yang dijadikan sampel. Sebab pada periode tersebut terdapat fenomena yang menyebabkan penelitian ini dilakukan. Dengan populasi laporan keuangan Sapadia Hotel selama 5 tahun dan berdasarkan hasil pengambilan sampel data, maka dapat diambil sampel sebanyak 60 sampel.

### **3.4 Jenis dan Sumber Data**

#### **3.4.1 Jenis Data**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif . Kuncoro (2009;145) menjelaskan bahwa data kuantitatif adalah data yang diukur dalam skala numerik (angka) dan dinyatakan oleh Sugiyono, (2014;224) bahwa data kuantitatif adalah data yang bersifat numerik atau angka yang dapat dianalisis dengan menggunakan statistik.

### 3.4.2 Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data sekunder. Data sekunder menurut Sugiyono (2015) adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder penelitian ini adalah Laporan keuangan bulanan yang diperoleh dari Kepala Bidang Accounting Sapadia Hotel Siantar

### 3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Menurut Arikunto (2010), untuk memudahkan dalam pengumpulan dan analisis data, maka diperlukan suatu definisi operasional variabel. Definisi operasional variabel adalah objek penelitian, atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian. Sesuai dengan judul penelitian yang dipilih penulis yaitu Pengaruh Perencanaan Harga Kamar, Biaya Promosi, dan Biaya Operasional terhadap Laba pada Hotel Sapadia Siantar. Variabel penelitian dari penelitian yang akan diteliti adalah Laba sebagai variabel dependen (Y) dan Harga Kamar (X1), Biaya Promosi (X2) serta Biaya Operasional (X3) sebagai variabel independen (X).

**Tabel 3.2**  
**Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Defenisi	Indikator	Pengukuran
1.	Penetapan Harga Jual Kamar (X1)	Harga jual yaitu sejumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan  R. A. Supriyono (1995)	Harga Jual = Biaya produksi + Persentase mark up	Rasio

2. Biaya Promosi (X2)	Biaya promosi menurut merupakan biaya yang dikeluarkan untuk aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan.  Tjiptono (2007)	Biaya periklanan Biaya promosi penjualan, Biaya pulisitas, Biaya <i>personalselling</i> .  Kotler (2007:23)	Rasio
3. Biaya Operasional (X3)	Biaya operasional adalah biaya usaha pokok perusahaan selain harga pokok penjualan. Biaya usaha terdiri dari biaya penjualan, biaya administrasi dan umum.  Nafarin (2000)	Harga pokok penjualan, Biaya pemasaran, Biaya administrasi umum.  Jopie Yusuf(2006 : 33)	Rasio
4. Laba Bersih (Y)	Laba bersih adalah perbedaan antara pendapatan dengan beban, jikalau pendapatan melebihi beban maka hasilnya bersih “  Henry Simamora (2000:25)	Laba bersih = laba sebelum pajak – pajak penghasilan  Henry Simamora (2000:25)	Rasio

### 3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Teknik pengumpulan data apabila tanpa diketahui, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

## 1. Studi Kepustakaan

Studi ini dilakukan untuk memperoleh landasan teori yang berhubungan dengan masalah yang diteliti, dasar-dasar teoritis ini diperoleh dari literatur-literatur, majalah ilmiah maupun tulisan yang berhubungan dengan biaya produksi, biaya promosi, biaya distribusi, volume penjualan dan laba perusahaan pada Sapadia Hotel Siantar.

## 2. Pengamatan (observasi)

Observasi sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain. Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan apabila penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah ketiga teknik tersebut. Pertama, peneliti akan melakukan pengamatan (observasi) langsung pada Sapadia Hotel Siantar. Kedua, peneliti akan melakukan wawancara dengan berbagai pihak pegawai yang terkait atau yang menangani bidang keuangan atau yang menggunakan keuangan pada Sapadia Hotel. Ketiga, peneliti akan mengambil data dari berbagai catatan atau gambar untuk mendukung penelitian.

## 3.7 Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012), "Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan

data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel seluruh responden, menyajikan data dari setiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk mengkaji hipotesis yang telah diajukan”.

Teknik analisis data pada penelitian ini dengan mengolah data menggunakan program SPSS V20. Berikut adalah pengujian yang dilakukan dari hasil penelitian ini: Statistik deskriptif, memberikan gambaran atau deskripsi suatu data yang dilihat dari nilai rata-rata (mean), standar deviasi, varian, maksimum, minimum, sum, range, kurtosis, dan skewness (kemelencengan distribusi). Analisis statistik deskriptif digunakan untuk memberi gambaran umum mengenai demografi responden dalam penelitian dan deskripsi mengenai variabel-variabel penelitian.

### 3.7.1 Uji Asumsi Klasik

Model regresi linier berganda dapat disebut sebagai model yang baik jika model tersebut memenuhi asumsi normalitas data dan terbebas dari asumsi-asumsi klasik. Berdasarkan pendapat ini uji normalitas data bukan satu-satunya cara untuk menyimpulkan bahwa model regresi linier berganda adalah baik. Tetapi harus didukung oleh pengujian statistik lainnya. Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa autokorelasi, multikorelasi, dan heteroskedasitas tidak terdapat dalam penelitian ini atau data yang dihasilkan berdistribusi normal. Pengujian asumsi klasik terdiri dari:

## 1. Uji Normalitas

Merupakan teknik pembangunan persamaan garis lurus untuk membuat penafsiran agar penafsiran tersebut tepat maka persamaan yang digunakan untuk menafsirkan juga harus tepat. Uji distribusi normal adalah uji untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik. Berdasarkan definisi tersebut maka tujuan dari uji normalitas tentu saja untuk mengetahui apakah suatu variabel normal atau tidak. Dalam uji normalitas data yang digunakan adalah uji statistik Kolmogorov-Smirnov yang dijadikan dengan kurva P-P Plots. Kriteria pengambilan keputusan dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov adalah sebagai berikut:

- a. Nilai Sig atau signifikansi atau probabilitas  $< 0,05$  distribusi data adalah tidak normal.
- b. Nilai Sig atau signifikansi atau probabilitas  $> 0,05$  distribusi data adalah normal.

## 2. Uji Multikolinieritas

Multikolinieritas timbul sebagai akibat adanya hubungan kausal antara dua variabel bebas atau lebih atau adanya kenyataan bahwa dua variabel penjelas atau lebih bersama-sama dipengaruhi oleh variabel ketiga yang berada di luar model. Untuk mendeteksi adanya multikolinieritas, jika nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 maka model terbebas dari multikolinieritas.

VIF adalah suatu estimasi berapa besar multikolinieritas meningkatkan varian pada suatu koefisien estimasi sebuah variabel penjelas VIF yang tinggi menunjukkan

bahwa multikolinieritas telah menaikkan sedikit varian pada koefisien estimasi, akibatnya menurunkan nilai t.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variabel residual dari satu pengamat ke pengamat yang lain. Jika variabel dari residual satu pengamat ke pengamat lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas.

### 4. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah terdapat korelasi antar data dalam variabel pada periode t dengan periode sebelumnya (t-1) pada model regresi. Apabila terdapat korelasi, maka terdapat problem autokorelasi. Persamaan regresi yang baik adalah persamaan yang tidak memiliki masalah autokorelasi. Jika terjadi autokorelasi, maka persamaan tersebut menjadi tidak layak dipakai untuk diprediksi (Danang Sunyonto, 2013:97). Uji autokorelasi dalam penelitian ini menggunakan uji Durbin-Watson (DW test) dengan ketentuan sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Kriteria Nilai Uji Durbin-Watson**

No.	Nilai Durbin-Watson	Kesimpulan
1	$1,65 < DW < 2,35$	Tidak Ada Korelasi
2	$1,21 < DW < 1,65$	Tidak dapat Disimpulkan
3	$2,35 < DW < 2,79$	Tidak dapat Disimpulkan
4	$DW < 1,21$	Terjadi Autokorelasi
5	$DW < 2,79$	Terjadi Autokorelasi

Sumber : Sulaiman (2004) dalam Medina Almunawwaroh dan Rina Marlina (2018)

### 3.7.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Metode analisis yang di gunakan dalam penelitian ini adalah model regresi linear berganda. Model ini di pilih karna peneliti di rancang untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Variabel independen dalam penelitian ini (X) adalah harga kamar, biaya promosi dan biaya operasional sedangkan variabel dependent (Y) adalah Laba perusahaan. Persamaan regresiberganda yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut adalah (Djawanto;1996):

$$Y = a + b_1.X_1 + b_2.X_2 + b_3.X_3 + e$$

Keterangan :

a : Laba

X1 : Harga jual kamar

X2 : Biaya promosi

X3 : Biaya operasional  
a : Konstanta

e : Error Term

### 3.7.3 Uji Hipotesis

#### 1. Uji t (Parsial)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependent. Jika tingkat probabilitasnya lebih kecil, maka di katakan variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependent. Cara untuk mengetahuinya yaitu dengan membandingkan nilai t hitung dengan t nilai t tabel. Apabila t hitung lebih besar di bandingkan dengan nilai t tabel maka t hitung tersebut signifikan artinya hipotesis alternatif di terima yaitu variabel independen secara individual mempengaruhi variabel

dependent.

## 2. Uji f (Simultan)

Menurut Ghozali (2011), “Uji statistik f pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat”. Uji ini dilakukan dengan membandingkan signifikansi f hitung dengan ketentuan: Jika f hitung  $<$  f tabel pada 0,05, maka H1 ditolak, dan Jika f hitung  $>$  f tabel pada 0,05, maka H1 diterima.

## 3. Uji Koefisien Determinasi

Uji determinan digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase variasi variabel bebas (independent) pada model regresi linier berganda dalam menjelaskan variasi variabel terikat (dependent) (Priyanto, 2008). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen ( $X_1, X_2, \dots, X_n$ ) terhadap variabel dependen (Y). Jika  $R^2$  sama dengan atau mendekati 0, maka prosentase pengaruhnya kecil atau tidak ada sama sekali, sebaliknya apabila  $R^2$  mendekati atau sama dengan 1 maka pengaruh yang diberikan variabel independen sangat besar.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data penelitian yang berjudul “Pengaruh Penetapan Harga Kamar, Biaya Promosi, Dan Biaya Operasional terhadap Laba Bersih Pada Sapadia Hotel Siantar”, peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Harga jual kamar ( $X_1$ ) memiliki hasil signifikansi yang diperoleh yaitu sebesar  $\text{Sig} = 0,00$  ( $p < 0,05$ ), maka secara parsial harga jual kamar berpengaruh positif signifikan terhadap laba. Dengan kata lain apabila harga kamar naik, maka laba bersih akan ikut naik pula, demikian jugasebaliknya, apabila harga kamar turun maka laba bersih juga akan turun. Ini semua mempengaruhi harga produksi dari hotel tersebut, jika harga kamar naik maka biaya produksi hotel juga akan meningkat seperti biaya buat barang-barang persediaan hotel seperti bahan makanan dan minuman lainnya. Ini juga berhubungan dengan mark up hotel seperti menaikkan harga jual kamar dikarenakan peminat konsumen tinggi.
2. Biaya Promosi ( $X_2$ ), menunjukkan hasil signifikansi yang diperoleh sebesar ( $0,509 > 0,05$ ), maka secara parsial biaya promosi berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap manajemen laba. Hal ini mengindikasikan bahwa berapapun nilai biaya promosi tidak akan mempengaruhi tingkat laba. Hal ini bisa dipengaruhi oleh masa Pandemic, yang dimana berapa besar pun biaya promosi yang dikeluarkan, tetap tidak berpengaruh kepada penjualan kamar

karena adanya anjuran pemerintah untuk tetap berdiam diri dirumah, bekerja dirumah, belajar dirumah, dan bahkan beberapa hotel sempat melakukan penutupan aktifitas sementara atau tidak beroperasi sementara.

3. Biaya Operasional ( $X_3$ ), menunjukkan hasil signifikansi yang diperoleh sebesar  $\text{Sig} = 0,043$  ( $p > 0,05$ ), maka secara parsial biaya operasional tidak berpengaruh signifikan terhadap tingkat laba. Hal ini mengindikasikan bahwa berapapun biaya operasional tidak akan mempengaruhi manajemen laba. Hal ini disebabkan karena semasa Pandemic yang mulai datang ke Indonesia dan mewabah secara pesat sejak awal maret tahun 2020 yang mengakibatkan adanya anjuran pemerintah untuk tetap berdiam diri dirumah, bekerja dirumah, belajar dirumah, sehingga sulit bagi Sapadia untuk menjual kamar mereka. Pengunjung hotel perlahan semakin sedikit karena mobilitas masyarakat dibatasi. Dengan berkurangnya pengunjung, sementara biaya operasional tetap terus berjalan, hal ini mengakibatkan kurangnya laba yang masuk perbulan tetapi biaya operasional yang dikeluarkan tiap bulan rata-rata sama.
4. Secara simultan harga jual kamar, biaya promosi dan biaya operasional secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap laba bersih di hotel siantar.
5. Dari hasil uji Koefisien Determinasi disimpulkan bahwa variabel harga kamar, biaya promosi, dan biaya operasional berpengaruh sebesar 89,8% terhadap laba, sedangkan sisanya 10,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model analisis.

## 5.2 Saran

Dari hasil pembahasan dan kesimpulan di atas, maka saran penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi Sapadia Hotel Siantar, diharapkan dapat melakukan evaluasi rutin untuk kegiatan promosi, untuk mengetahui apakah biaya promosi yang sudah dikeluarkan berdampak positif dan maksimal terhadap target dari perusahaan. Dan promosi yang dilakukan diharapkan sesuai dengan perkembangan digital zaman sekarang, sehingga informasi lebih tepat sasaran.
2. Bagi peneliti lainnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian selanjutnya dengan mempertimbangkan variabel lainnya seperti kualitas pelayanan, ikatan emosi, histori, kepercayaan dan lainnya, sehingga dapat dilihat secara keseluruhan factor-faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan jasa hotel.

## DAFTAR PUSTAKA

- Armana, M. A., Kirya, I. K., & Suwendra, I. W. (2015). *Pengaruh Biaya Promosidan Tarif Kamar terhadap Pendapatan Hotel Damai di Singaraja Tahun 2013*. Jurnal Manajemen Indonesia, No 3 Vol (1).
- Deka Putranusa, G. (2019). Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen . Repository Universitas Muhammadiyah Magelang.
- Diana, Yana. 2017. "Pengaruh Anggaran Biaya Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Di Hotel Inna Parapat Danau Toba". E-jurnal Politeknik Mandiri Bina Prestasi".No 6 Vol (2) Hal: 194-196.
- Diayudha, Lanang. 2020. "Industri Perhotelan Di Indonesia Pada Masa Pandemic Covid-19" Journal FAME.No 3 Vol (1) Hal: 41-43.
- DJ, Yunni Rusmawati. 2019. "Pengaruh Harga Kamar Dan Fasilitas Hotel Terhadap Kepuasan Konsumen Di Shangrila Hotel Surabaya ". E-jurnal UniversitasIslam Lamongan. No 4 Vol (1) Hal: 890-891.
- Fikri Ahmad Dzulfikar. 2014. "Pengaruh Biaya Promosi Terhadap Volume PenjualanPada Yamaha Sudirman Motor Temanggung". Yogyakarta:Universitas Negeri Yogyakarta.
- Gulla, R., Oroh, S. G., & Roring, F. (2015). Analisis Harga, Promosi, dan Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan konsumen pada hotel Manado *Grace inn*. Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, No 3 Vol (1).
- Handiny, S. A. (2019). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Tiket. Com Di Solo Raya (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Repository Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Kasisariah, T. R. (2021). Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pelanggan Jasa Pada Hotel Calista Lahat. Jurnal Media Wahana Ekonomika, No 18 Vol (2) Hal : 249-261.

- Lasmaria, D., & Nainggolan, B. M. (2017). Pengaruh Harga , Biaya Promosi, dan Rata-Rata Harga Pesaing Terhadap Penjualan Kamar Di Apartemen SomersetGrand Citra Jakarta. STEIN eRepository, No 12 Vol (2).
- Mano, P. E., Oktalina, G., & Manullang, R. R. (2019). Pengaruh Biaya Promosi Dan Tarif Kamar Terhadap Pendapatan Hotel Novilla *Boutique & Resort*, Sungailiat Bangka (Studi Kasus Pada Hotel Novilla, sungailiat Periode 2014-2018). Jurnal Akuntansi Bisnis & Keuangan, No 7 Vol (3), Hal: 102-109.
- Muhammad Ridwa Ali. 2017. “Analisis Anggaran Biaya Operasional Usaha Jasa Perhotelan Terhadap Peningkatan Laba Pada Al Badar Hotel Syariah Makassar” Universitas Muhammadiyah Makassar.
- Muhammad Syukriadi. 2016. “Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, Dan Biaya Distribusi Terhadap Laba Perusahaan Dengan Volume Penjualan Sebagai Vaviabel Moderasi (Studi Kasus Pada CV. Citra Sari Makassar. UIN Alauddin Makassar.
- Purnamasari, Y., & Madiawati, P. N. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Yang Berdampak Pada Loyalitas Konsumen Di Mcdonald’s Cabang Cibubur, Jakarta. Jurnal Studi Manajemen dan Bisnis, No 1 Vol (2) Hal: 27-36.
- Rahadian, D., & Pratomo, A. (2013). Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan Kamar di Hotel Benua Bandung. Binus BusinessReview, No 4 Vol (2), Hal: 776-790.
- Rangkuty, Freddy. (2009). Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus *Integrated Marketing Communication*. Jakarta : PT. Gramedia PustakaUtama.
- Rustami. 2014. Pengaruh Biaya Produksi, Biaya Promosi, dan Volume Penjualan Pada Perusahaan Kopi Bubuk Banyuwatis. Jurusan Manajemen. Singaraja. Vol 2.
- Simanjuntak, R. P. (2020). Analisis Biaya Promosi Terhadap Tingkat PendapatanJasa Pada Hotel Sudi Mampir Di Cibitung. PARAMETER, No 5 Vol (1), Hal : 52-66.
- Sumilat, Zinia. 2013. “Penentuan Harga Pokok Penjualan Kamar Menggunakan

Activity Based Costing Pada RSUD Pancaran Kasih ". Jurnal EMBA. No 1 Vol  
(3) Hal : 454-465.



# LAMPIRAN



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 19/9/25

Access From ([repository.uma.ac.id](http://repository.uma.ac.id))19/9/25

## LAMPIRAN 1

## DATA LAPORAN HOTEL

Periode	Tahun	Kamar	Promosi	Operasional	Laba
1	2016	824500000	10500000	438788000	577150000
2	2016	636650000	10500000	290837000	455655000
3	2016	587825000	10500000	288638000	411477500
7	2016	737420000	10500000	532735000	516194000
9	2016	427825000	10500000	387839000	299477500
10	2016	480925000	10500000	364763000	336647500
11	2016	563870000	10500000	313763000	394709000
1	2017	983740000	12300000	743746723	688618000
2	2017	783800000	12300000	473636723	548660000
3	2017	589030300	12300000	468289373	412321210
7	2017	587400000	12300000	477483832	411180000
8	2017	507850000	12300000	420231781	355495000
9	2017	577400000	12300000	438382927	404180000
1	2018	977800000	12000000	836457272	684460000
2	2018	749500000	12000000	577282292	524650000
3	2018	648900000	12000000	563627839	454230000
4	2018	748350000	12000000	522873632	523845000
7	2018	594350000	12000000	467367883	416045000
8	2018	643890000	12000000	498903873	450723000
9	2018	789200000	12000000	537892023	552440000
10	2018	784320000	12000000	578929022	549024000
1	2019	1078200000	11800000	789658668	754740000
2	2019	647850000	11800000	576668799	453495000
3	2019	652300000	11800000	367687889	456610000
4	2019	673250000	11800000	357667890	471275000
5	2019	546700000	11800000	356568789	382690000
6	2019	748900000	11800000	357284872	524230000
7	2019	747300000	11800000	378599445	523110000
8	2019	648750000	11800000	375958944	454125000
9	2019	887400000	11800000	357893443	621180000
10	2019	592850000	11800000	357668798	414995000
11	2019	673770000	11800000	476799907	471639000
12	2019	984600000	11800000	699494032	689220000
1	2020	984700000	11800000	854564966	689290000
2	2020	739500000	11800000	656456788	517650000

6	2020	50480000	11800000	245656708	35336000
7	2020	67800000	11800000	254678887	47460000
8	2020	104700000	11800000	157976578	73290000
9	2020	63920000	11800000	154436780	44744000
10	2020	97800000	11800000	124556789	68460000
11	2020	89300000	11800000	243567689	62510000
12	2020	210930000	11800000	201545678	147651000

**LAMPIRAN 2**

**(HASIL OUTPUT SPSS)**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Operasional, Promosi, Kamar <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: Laba

b. All requested variables entered.

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.952 <sup>a</sup>	.906	.898	.26172	1.568

a. Predictors: (Constant), Operasional, Promosi, Kamar

b. Dependent Variable: Laba

**ANOVA<sup>a</sup>**

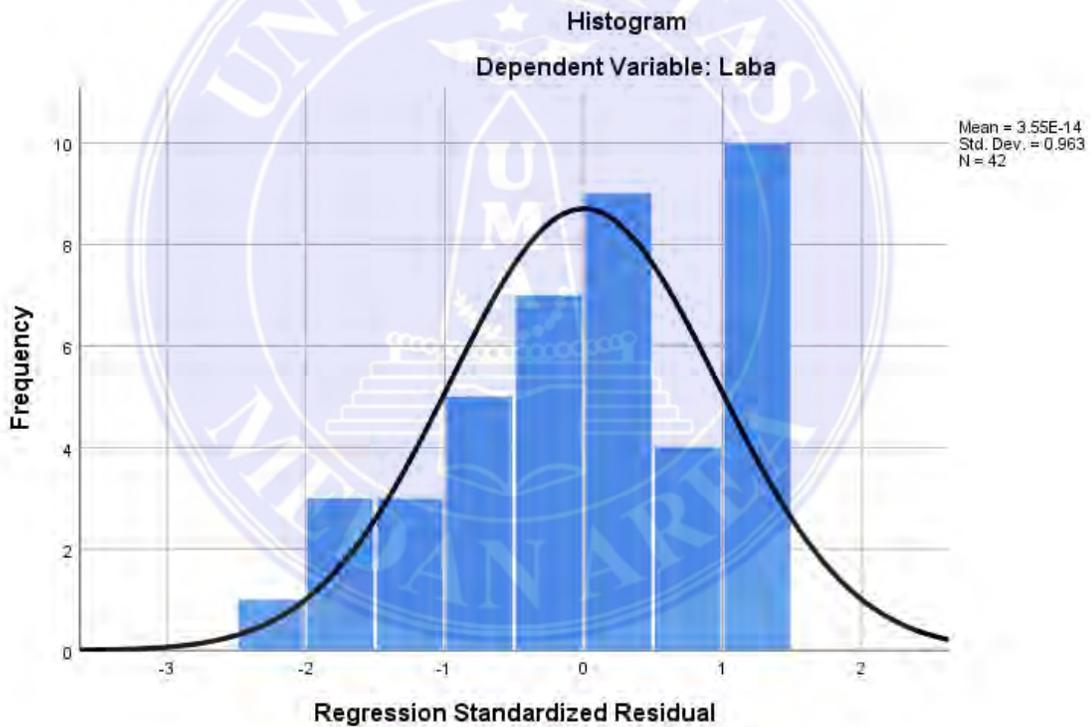
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	25.043	3	8.348	121.874	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	2.603	38	.068		
Total	27.646	41			

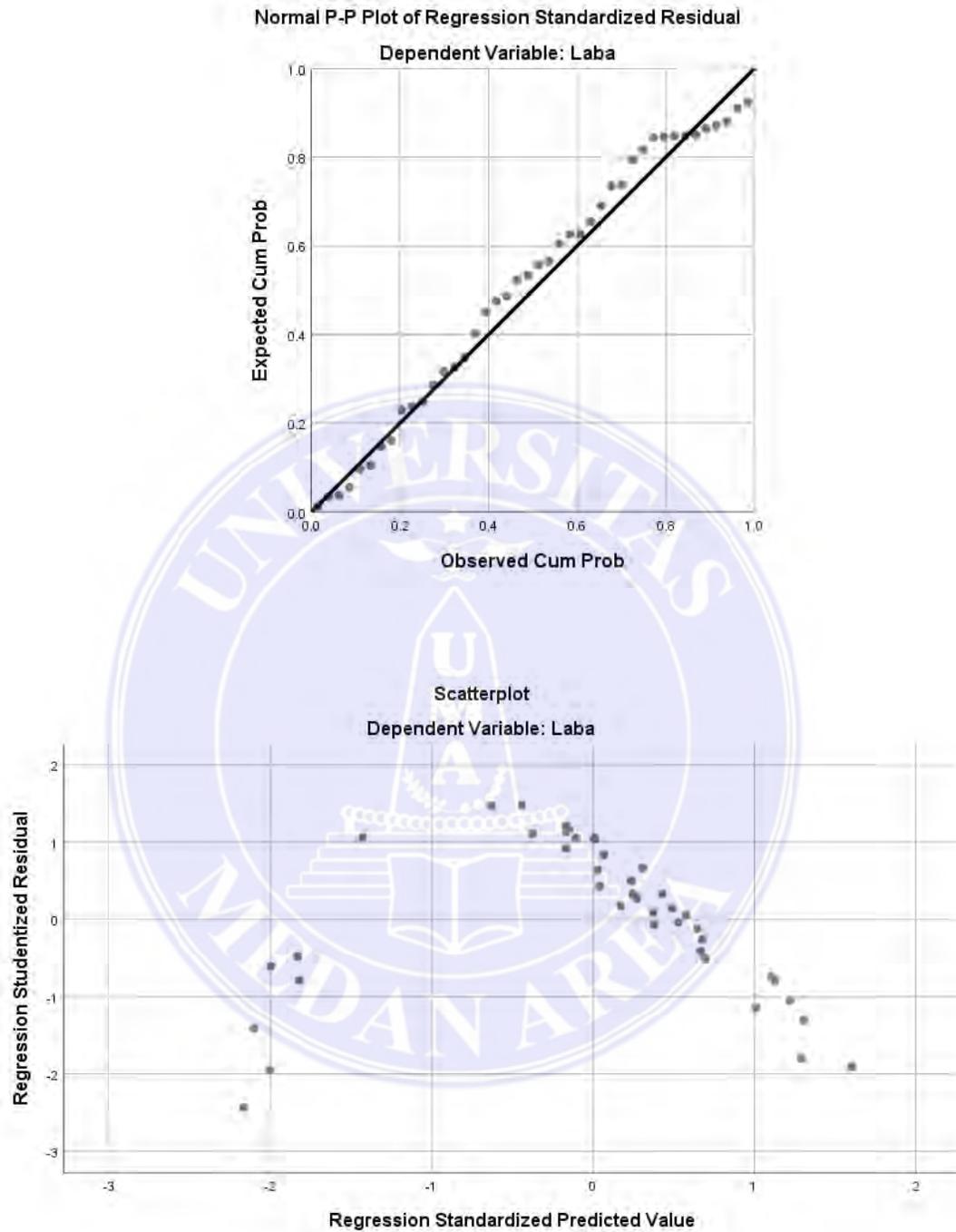
a. Dependent Variable: Laba

b. Predictors: (Constant), Operasional, Promosi, Kamar

Model	Unstandardized Coefficients		Coefficients <sup>a</sup>		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta				Tolerance	VIF
(Constant)	18.626	.884			21.075	.000		
1 Kamar	3.347E-009	.000	1.110		12.063	.000	.293	3.415
Promosi	-5.126E-008	.000	-.035		-.666	.509	.878	1.139
Operasional	-9.111E-010	.000	-.198		-2.094	.043	.276	3.618

a. Dependent Variable: Laba





**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		42
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.25195855
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.068
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
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.

**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value <sup>a</sup>	.02963
Cases < Test Value	21
Cases >= Test Value	21
Total Cases	42
Number of Runs	20
Z	-.469
Asymp. Sig. (2-tailed)	.639

a. Median

**Correlations**

		Kamar	Promosi	Operasional	Unstandardized Residual	
Spearman's rho	Kamar	Correlation Coefficient	1.000	.192	.773**	-.295
		Sig. (2-tailed)	.	.224	.000	.058
		N	42	42	42	42
	Promosi	Correlation Coefficient	.192	1.000	.425**	.216
		Sig. (2-tailed)	.224	.	.005	.170
		N	42	42	42	42
	Operasional	Correlation Coefficient	.773**	.425**	1.000	.090
		Sig. (2-tailed)	.000	.005	.	.571
		N	42	42	42	42
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	-.295	.216	.090	1.000
		Sig. (2-tailed)	.058	.170	.571	.
		N	42	42	42	42

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kamar	42	50480000.00	1078200000.00	607512983.3333	272252913.47019
Promosi	42	10500000.00	12300000.00	11692857.1429	566716.19651
Operasional	42	124556789.00	854564966.00	442091917.4762	178671495.96247
Laba	42	35336000.00	754740000.00	425497183.5714	190609386.27244
Valid N (listwise)	42				