

ABSTRAK

Betty Yanitasari, 2009. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap di Hotel Merbabu Semarang". Jurusan Manajemen. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Semarang. Pembimbing I : Dra. Suhermini, Msi, Pembimbing II : Drs. Ade Rustiana, M.Si.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga, Lokasi dan Keputusan Menginap

Perusahaan jasa Perhotelan hotel harus mampu merancang strategi pemasaran agar dapat mempengaruhi konsumen untuk menginap, salah satu caranya dengan mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan konsumen. Faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen untuk menginap yaitu kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi. Permasalahan penelitian ini adakah pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen? dan variabel manakah yang paling berpengaruh antara kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen?. Tujuan penelitian untuk mengetahui adanya pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen dan mengetahui variabel yang paling berpengaruh antara kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen.

Populasi penelitian ini konsumen Hotel Merbabu Semarang. Sampel yang diambil 115 konsumen dengan teknik *incidental sampling*. Variabel dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan, fasilitas, harga, lokasi sebagai variabel bebas dan keputusan menginap sebagai variabel terikat. Metode pengumpulan data dengan metode angket dan dokumentasi. Instrumen diuji validitas dan reliabilitasnya. Analisis data yang digunakan analisis deskriptif persentase dan analisis regresi berganda.

Hasil uji parsial diperoleh t_{hitung} kualitas pelayanan sebesar 2,086 dengan probabilitas $0,039 < 0,05$, artinya ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap keputusan menginap dan kontribusinya sebesar 3,80%, t_{hitung} fasilitas sebesar 2,532 dengan probabilitas $0,013 < 0,05$ artinya ada pengaruh signifikan antara fasilitas terhadap keputusan menginap dan kontribusinya sebesar 5,25%, t_{hitung} harga sebesar 2,254 dengan probabilitas $0,026 < 0,05$ artinya ada pengaruh signifikan antara harga terhadap keputusan menginap dan kontribusinya sebesar 4,41%, t_{hitung} lokasi sebesar 3,284 dengan probabilitas $0,001 < 0,05$ artinya ada pengaruh signifikan antara lokasi terhadap keputusan menginap dan kontribusinya sebesar 8,94%. Model regresinya $\hat{Y} = -2,809 + 0,283X_1 + 0,263X_2 + 0,177X_3 + 0,349X_4$. Hasil uji simultan diperoleh $F_{hitung} 45,435$ dengan probabilitas $0,000 < 0,05$, yang berarti ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Merbabu Semarang dan kontribusi pengaruh sebesar 60,9%.

Simpulan yang dapat diambil ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Merbabu Semarang secara simultan maupun parsial. Namun pihak Hotel Merbabu Semarang masih perlu meningkatkan kualitas pelayanan, memperhatikan masalah fasilitas agar sesuai dengan harapan konsumen.