

PROSIDING SEMINAR NASIONAL EKONOMI DAN BISNIS

GLOBAL COMPETITIVE ADVANTAGE KE-4

GREEN BUSINESS MANAGEMENT,
GREEN MARKET &
ENVIRONMENT RESPONSIBILITY



INVITED SPEAKERS

1. Dr. Ir. Demitria Dewi Hendaryati, MMAgr.
(Tenaga Ahli Direktorat Jenderal Perkebunan,
Kementerian Pertanian)
2. Dudi Arisandi, S.Si, M.T
(Chief People Officer Tiket.com)
3. Dr. Ir. Jos Andy T., M.M.,
(Expertise Industri Kemas Kaleng dan Industri
Pengemasan Produk Dalam Kaleng)

3 Oktober 2019

FAKULTAS EKONOMI DAN
BISNIS UNIVERSITAS BINA
DARMA, DAN
FORUM MANAJEMEN
INDONESIA KORWIL SUMATERA
SELATAN

PENGARUH KINERJA DAN KEPUASAN KERJA TERHADAP KESEIMBANGAN KEHIDUPAN KERJA PADA KARYAWAN DI PT. FINANSIA MULTI FINANCE (CABANG PALEMBANG).....	1019
PENGARUH EFEKTIVITAS PENERAPAN PRESENSI FINGERPRINT TERHADAP DISIPLIN KERJA PT. JASARAHARJA PUTERA CABANG PALEMBANG	1030
PENGARUH PROGRAM TALENT MANAGEMENT DALAM MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN PT. PUPUK SRIWIDJAJA PALEMBANG	1035
PENGARUH MOTIVASI KERJA, LOYALITAS DAN KUALITAS KARYAWAN TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. ASRIGITA PRASARANA	1045
ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI STRUKTUR MODAL PADA PERUSAHAAN SEKTOR INDUSTRI CAMPURAN YANG TERDAFTAR DI BURSA EFEK INDONESIA.....	1055
PENGARUH MOTIVASI DAN DISIPLIN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN DI CV. PRABU DISTRINDO	1068
ANALISIS PERBEDAAN GENDER DALAM KEPUASAN KERJA DAN PENDELEGASIAN TUGAS (Studi Kasus Karyawan PT Pegadaian (Persero) Jl. Merdeka No. 11 Palembang)....	1079
ANALISIS HUBUNGAN PELATIHAN DAN SUPERVISI KEPALA RUANGAN TERHADAP KINERJA PERAWAT PELAKSANA (STUDI KASUS : RUANG BEDAH SENTRAL RSUD SEKAYU)	1092
ANALISIS KOMPARATIF KINERJA KEUANGAN ANTARA BANK BUMN DENGAN BANK SWASTA.....	1105
PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN VIVA COSMETICS DI KOTA PALEMBANG	1118
PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI THE ARISTA HOTEL PALEMBANG.....	1127
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBIAYAAN PT FINANSIA MULTI FINANCE CABANG PALEMBANG UNIT KMB MOTOR	1137
ANALISIS MODAL SOSIAL DALAM STRATEGI MULTI LEVEL MARKETING AMWAY DI KOTA PALEMBANG	1146
PENGARUH LINGKUNGAN KERJA DAN KESELAMATAN KERJA TERHADAP PRODUKTIVITAS KARYAWAN PADA PT. FASTFOOD INDONESIA,TBK (KFC INDONESIA) CABANG LIA PALEMBANG.....	1159
PENGARUH PENILAIAN PRESTASI KERJA TERHADAP MOTIVASI KERJA KARYAWAN DAN KOMPENSASI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING PADA PT. BUKIT ASAM (Persero) Tbk.....	1174

***PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN OLEH KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI
THE ARISTA HOTEL PALEMBANG***

Neneng Yulianti¹, Efan Elpanso²

¹Mahasiswa Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Bina Darma Palembang

Email : Nenengyuliantiyy@gmail.com, efan.elpanso@binadarma.ac.id

Jalan Jendral Ahmad Yani No. 12 Palembang

Abstrak

Sektor Industri Pariwisata merupakan salah satu sektor yang banyak menghasilkan pendapatan bagi Negara. Sektor pariwisata juga merupakan sumber devisa yang cukup besar. Hal ini disebabkan antara lain oleh karena semakin giatnya kegiatan penggalakan pariwisata. Untuk itu, pemerintah terus berupaya memperbaiki sarana dan prasarana yang ada serta meningkatkan mutu dan kelancaran pelayanan guna pengembangan pariwisata yang lebih baik lagi. Untuk mendukung keberhasilan sektor pariwisata ini diperlukan berbagai sarana salah satunya adalah Hotel. Peneliti ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di The Arista Hotel Palembang dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda. Populasi penelitian ini adalah tamu yang menginap di The Arista Hotel Palembang. Jumlah sampel sebanyak 97 responden. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen, hal ini dapat dilihat dari uji F yaitu $F_{hitung} 77,417$ dan $F_{tabel} 3,09$ ($77,417 > 3,09$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,000. Dengan masing-masing variabel dengan uji t yaitu X_1 (harga) $t_{hitung} 3,170$ dan $t_{tabel} 1,661$ ($3,170 > 1,661$) dengan tingkat signifikan sebesar 0,002 kemudian X_2 (Kualitas Pelayanan) $t_{hitung} 7,804$ dan $t_{tabel} 1,661$ ($7,804 > 1,661$) dengan tingkat signifikan 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa harga kualitas pelayanan memiliki kontribusi yang sangat penting dalam hal yang mempengaruhi keputusan pembelian oleh konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang.

Kata kunci : Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Abstract

The Tourism Industry Sector is one sector that generates income for the country. The tourism sector is also a significant source of foreign exchange. This has caused partly because of the increasingly active activity of promoting tourism. To that end, the government continues to improve existing facilities and infrastructure and improve the quality and smoothness of services for better development. To support the success of this sector, hotels are needed. The Arista Hotel Palembang uses multiple linear regression analysis techniques. The study population was guests staying at The Arista Hotel Palembang. The number of samples was 97 respondents. The results showed that service quality and price were positive and significant towards consumer purchasing

decisions, this can be seen from the F test, namely Fcount 77.417 and Ftable 3.09 ($77.417 > 3.09$) with a significant level of 0.000. With each variable with the t test namely XI (price) tcount 3.170 and t table 1.661 ($3.170 > 1.661$) with a significant level of 0.002 then X2 (Quality of Service) tcount 7.804 and t table 1.661 ($7.804 > 1.661$) with a significant level of 0.000. Arista Hotel Palembang offers things related to prices offered at Arista Hotel Palembang. Keywords: Price, Service Quality, Purchasing Decision

1. PENDAHULUAN

Pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. (Lupiyoadi, 2006:5). Pemasaran jasa merupakan Pemasaran yang sifatnya tidak berwujud dan tidak bisa di retur maupun di jual dikemudian hari, jasa juga tidak dapat di simpan seperti barang dan jasa yang di produksi harus bersamaan dengan waktu, jasa tidak dapat di lihat ataupun tidak memiliki berat dan ukuran, jasa hanya dapat di rasakan oleh pemakainya dan merupakan penghubung antara oranganisasi atau perusahaan dengan para konsumen. Salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa adalah hotel. Hotel adalah Suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau seluruh bangunan untuk menyediakan jasa penginapan, makanan dan minuman, serta jasa penunjang lainnya bagi umum yang dikelola secara komersial dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan. Keuntungan yang di peroleh dari usaha perhotelan tidak hanya berasal dari penyewaan kamar hotel, tetapi dapat juga berasal dari Fasilitas tambahan yang di miliki oleh hotel tersebut, sehingga dengan adanya fasilitas tambahan ini menjadi sumber pendapatan tambahan bagi pihak hotel, dengan tersedianya berbagai fasilitas di suatu hotel maka akan ada harga yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang disediakan yang sangat berpengaruh pada keputusan konsumen untuk menginap di hotel tersebut atau tidak.

Menurut Kotler dan Armstrong (2010:314) harga adalah uang yang di bebaskan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang di tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga yang ditawarkan oleh The Arista Hotel Palembang bermacam-macam sesuai dengan jenis-jenis kamar. Menurut kotler dan Armstrong (2002:83) kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik dan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh The Arista Hotel Palembang seperti tersedianya fasilitas Wellness center, restoran, bar, meeting and conference package room, business center dan ada jasa door man/door girl serta ada jasa bell boy, dan masih banyak lagi.

Berdasarkan wawancara dengan salah satu karyawan, tingkat okupansi The Arista Hotel Palembang dalam 3 tahun terakhir masih mengalami naik turun pada tahun 2016 tingkat okupansi mencapai 70%, tahun 2017 tingkat okupansi 65%, dan tahun 2018 tingkat okupansi 75%, dari tingkat okupansi yang naik turun tersebut menunjukkan bahwa ada suatu faktor yang mempengaruhinya termasuk baik itu harga atau kualitas pelayanannya, kemudian dari hasil wawancara konsumen yang menginap di The Arista Hotel Palembang mengatakan bahwa jenis-

jenis kamar berdasarkan harga masih kurang banyak pilihannya di bandingkan dengan hotel lainnya yang sejenis. Dan sebagian konsumen yang menginap di The Arista Hotel Palembang mengatakan bahwa dalam kualitas pelayanannya masih sering terjadi miskomunikasi antara konsumen dan karyawan.

Adapun rumusan masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu apakah terdapat pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang, apakah terdapat pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan pembelian oleh konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang, apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap keputusan pembelian oleh konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang, untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan pembelian oleh konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang, untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian oleh konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang.

2. KAJIAN LITERATUR

Pemasaran jasa

“Pemasaran jasa adalah setiap tindakan yang ditawarkan oleh salah satu pihak kepada pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Lupiyoadi (2006:5). Selain itu definisi lain dikemukakan oleh Daryanto (2011:236) Pemasaran jasa merupakan janji-janji yang di buat kepada pelanggan dan harus dijaga, kerangka kerja strategis diketahui sebagai service triangle yang memperkuat pentingnya orang dalam perusahaan dalam membuat janji mereka dan sukses dalam membangun customer relationship.”

Harga

“Menurut Kotler dan Armstrong (2010:314) harga adalah uang yang di bebaskan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang di tukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Sedangkan menurut Tjiptono (2007 :151) Harga adalah satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa) yang ditukarkan agar memperoleh hak kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa.”

Kualitas Pelayanan

“Menurut kotler dan Armstrong (2002:83) kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun, produksinya dapat dikaitkan atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik dan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, sedangkan menurut Menurut Tjipto (2004:22), Kualitas pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,jasa, manusia dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan, sehingga definisi kualitas palayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan

kebutuhan dan kegiatan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.”

Keputusan Pembelian

“Keputusan pembelian adalah tahap proses keputusan dimana konsumen secara aktual melakukan pembelian produk (kotler dan amstrong 2008:272). Selain itu definisi lain dikemukakan oleh sangadji Etta Mamang (2013 :176) keputusan pembelian adalah proses keputusan dan tindakan orang-orang yang terlihat dalam pembelian dan penggunaan produk, perilaku konsumen akhir, mereka membeli suatu produk untuk digunakan secara pribadi, bukan untuk tujuan bisnis atau dijual kembali kepada pihak lain.”

Hipotesis

Diduga bahwa harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang.

Diduga bahwa harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang.

Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian oleh konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan didalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan metode survey, penelitian ini dilakukan di The Arista Hotel Palembang. Disini peneliti melakukan penelitian dengan cara mendatangi langsung kantor tersebut tempat objek penelitian tersebut untuk mengumpulkan data-data pendukung penelitian ini. Disini objek penelitian yang dilakukan oleh penulis yaitu berlokasi di kantor The Arista Hotel Palembang yang beralamatkan di Jl. Kapt. A. Rivai, Sungai Pangeran, Ilir Tim.1, Palembang 30129, South Sumatera, Indonesia. Metode pengumpulan data yang digunakan oleh penulis yaitu kuesioner dan Studi Kepustakaan.

Untuk populasi dan sampel yang dibahas didalam penelitian ini yaitu populasi dan objek yang menjadi sasaran pengamatan penulis adalah Konsumen yang menginap di The Arista Hotel Palembang berjumlah 38.817 total pax dalam satu tahun dari 142 kamar. Metode yang digunakan oleh peneliti dalam penarikan sampel yaitu dengan menggunakan metode Convenience sampling. Convenience sampling yaitu sampel yang digunakan sesuai dengan keinginan, yang bertujuan untuk memudahkan pengambilan sampel (Sugiyono 2017 : 148) disini peneliti menggunakan rumus slovin, sampel didalam penelitian ini adalah 97 orang responden. Operasional Variabel adalah cara mengukur suatu konsep dimana yang terdapat suatu variabel-variabel yang langsung mempengaruhi dan dipengaruhi oleh variabel lainnya yang menyebabkan permasalahan lain yang terjadi dan variabel yang kondisinya tergantung variabel lainnya. Disini yang merupakan variabel terikat (variabel dependen) didalam penelitian ini yaitu keputusan pembelian (Y), sedangkan variabel bebas (variabel independen) di dalam penelitian ini yaitu harga dan kualitas pelayanan . Teknik analisis data yang digunakan didalam penelitian ini yaitu uji validitas, uji reabilitas, Analisis regresi linear berganda, Analisis koefisien korelasi, Analisis koefisien determinasi (R^2), Uji F(simultan), Uji t (Parsial).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas dan Realibilitas

Berdasarkan hasil Uji Validitas dan Realibilitas yang telah dilakukan oleh peneliti, maka di dapatkan bahwa semua item pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel di dalam penelitian ini mempunyai rhitung lebih besar dari pada rtabel 0,1996 dengan sampel 97 orang konsumen yang menginap di The Arista Hotel Palembang. Dari hasil tersebut didapatkan bahwa semua item pernyataan (indikator) adalah valid. Untuk hasil uji Realibilitas antara harga, kualitas pelayanan, keputusan pembelian, masing-masing memperoleh nilai Cronbach Alpha sebesar 0,677, 0,831 dan 0,705. Jika dilihat dari nilai Cronbach Alpha nilai tersebut > 0,60, maka di simpulkan bahwa seluruh pernyataan reliable.l.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 1

Analisis Regresi Linier Berganda
Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.508	.569		4.409	.000
	Harga	.446	.141	.250	3.170	.002
	KualtsPlyanan	1.027	.132	.615	7.804	.000

a. Dependent Variable: Keputusan

Berdasarkan hasil dari tabel tersebut, didapatkan persamaan regresi berganda sebagai berikut :

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

$$Y = 2,508 + 0,446 + 1,027 + e$$

Koefisien Korelasi

Tabel 2

Koefisien Korelasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789a	.622	.614	.33418

a. Predictors: (Constant), KualtsPlyanan, Harga

“Berdasarkan hasil dari tabel tersebut didapatkan R sebesar 0,789, jika di dibandingkan dengan pedoman memberikan nilai interpersi pada koefisien korelasi dengan interval koefisien (0,60-0,799) yang artinya tingkat hubungan kuat.”

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 3

Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.789a	.622	.614	.33418

a. Predictors: (Constant), KualtsPlyanan, Harga

“Berdasarkan hasil pengelolaan tabel diatas didapatkan bahwa sumbangan kontribusi dari variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian sebesar 62,2% mempengaruhi keputusan pembelian dan sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.”

Uji F (Hipotesis Secara Simultan)

Tabel 4

Uji F

ANOVAa

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.291	2	8.646	77.417	.000b
	Residual	10.498	94	.112		
	Total	27.789	96			

a. Dependent Variable: Keputusan

b. Predictors: (Constant), KualtsPlyanan, Harga

“Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa hasil Uji F atau simultan yang ditunjukkan dengan hasil F test dengan nilai 77,417 dengan taraf signifikan 0,000 (sig $\alpha < 0,05$), maka dapat disimpulkan bahwa variabel independen harga dan kualitas pelayanan secara simultan dan signifikan berpengaruh terhadap keputusan pembelian, ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis 1 diterima.”

Uji t (Hipotesis Secara Parsial)

Tabel 5

Uji t

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.508	.569		4.409	.000
	Harga	.446	.141	.250	3.170	.002

KualtsPlyanan	1.027	.132	.615	7.804	.000
---------------	-------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keputusan

“Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa hasil variabel harga (X1) menunjukkan t hitung 3,170 dengan tingkat signifikan 0,002. Dengan menggunakan batas signifikansi (α) = 0,05, maka batas nilai signifikansi (α) = 0,05, < tingkat signifikansi 0,002. Hal ini berarti variabel harga (X1) berpengaruh secara parsial dan signifikan pada taraf (α) =5% terhadap keputusan pembelian. Ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis 2 diterima.

Sedangkan variabel Kualitas pelayanan (X2) menunjukkan t hitung 7,804 dengan tingkat signifikan 0,000. Dengan menggunakan batas signifikansi (α) = 0,05, maka batas nilai signifikansi (α) = 0,05, < tingkat signifikansi 0,000. Hal ini berarti variabel Kualitas pelayanan (X2) berpengaruh secara parsial dan signifikan pada taraf (α) =5% terhadap keputusan pembelian. Ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis 3 diterima.

Pembahasan

Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang.

Berdasarkan hasil analisis di atas, variabel harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen, dimana harga itu sendiri terdiri dari beberapa indikator yaitu jangkauan harga, kesesuaian harga, kualitas produk, daya saing harga, sedangkan kualitas pelayanan terdiri dari Tangibles (bukti langsung), Reliability (kehandalan), Responsiveness (daya tanggap), Assurance (Jaminan) dan empati. Secara statistik harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian konsumen karena nilai signifikansi di bawah 0,05 yaitu 0,000 (sig <0,05).

Hasil ini membuktikan bahwa harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor yang berperan penting menentukan tinggi rendahnya keputusan pembelian konsumen, ini berarti semakin baik dalam penetapan harga maka semakin tinggi pula keputusan pembelian konsumen, sebaliknya jika penetapan harga tidak sesuai maka keputusan pembelian konsumen akan menurun. Begitupun dengan kualitas pelayanan, semakin di tingkatkannya kualitas pelayanan maka keputusan pembelian akan meningkat, sebaliknya jika kualitas pelayanan menurun maka keputusan pembelianpun akan menurun. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa menerima hipotesis pertama bahwa pengaruh harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Sri Hartini (2017) Yang melakukan penelitian Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangka raya, dengan hasil penelitian bahwa ada pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi sangat signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Sakura Palangka raya.

Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen yang melahkukan pembelian untuk menginap di The

Arista Hotel Palembang, Hal ini dibuktikan dengan perhitungan regresi di peroleh ($p=0,002<0,05$) yang dapat disimpulkan bahwa penelitian berhasil membuktikan hipotesis kedua.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri rejeki (2013) yang melakukan penelitian Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi, terhadap keputusan konsumen dalam memilih menginap di Siantar Hotel di Pematang Siantar, dengan hasil penelitian bahwa Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga berpengaruh lebih dominan dibandingkan dengan kualitas pelayanan, lokasi, terhadap keputusan konsumen memilih menginap di Siantar Hotel di Pematang Siantar.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian oleh Konsumen

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk melahkukan pembelian (menginap) di The Arista Hotel Palembang, Hal ini dibuktikan dengan perhitungan regresi di peroleh ($p=0,000<0,05$) yang dapat disimpulkan bahwa penelitian berhasil membuktikan hipotesis ketiga.

Hal demikian membuktikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen untuk melakukan pembelian, penelitian ini sejalan dengan penelitian Adi Pratama Hutomo (2012) Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Singgasana Surabaya, dengan hasil penelitian bahwa Pengaruh kualitas pelayanan dan harga , berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian di Hotel Singgasana Surabaya.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut : Terdapat pengaruh signifikan antar variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian untuk menginap di The Arista Hotel Palembang. Dapat dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan dan diperoleh nilai Fhitung 77,417 dan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($\text{sig } a < 0,05$) dan jika menggunakan Ftabel yaitu $77,417 > Ftabel 3,09$, dengan demikian hipotesis pertama terbukti dan diterima.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang, dapat dilihat dari perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh nilai t hitung Sebesar 3,170 dan taraf signifikan sebesar 0,002 ($\text{sig} < 0,05$) dan jika menggunakan Ttabel yaitu $3,170 > Ttabel 1,661$, dengan demikian hipotesis kedua terbukti dan diterima.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, bahwa variabel kualitas pelayanan signifikan terhadap keputusan konsumen untuk menginap di The Arista Hotel Palembang, ini dapat dilihat dari perhitungan yang telah diperoleh dari Thitung sebesar 7,804 dengan taraf signifikansi sebesar 0,000 ($\text{sig } a < 0,05$) dan jika menggunakan Ttabel yaitu $7,804 > Ttabel 1,661$, dengan demikian hipotesis ketiga terbukti dan diterima.

6. Daftar Pustaka

Barjaos Ahmad, 2017. Analisis pengaruh harga, lokasi, fasilitas, dan pelayanan terhadap keputusan menginap (Stusi kasus pada Hotel Kartika Graha Malang). Skripsi Manajemen. Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.

- Efrianto Arga,2016. Pengaruh harga, lokasi, promosi dan layanan terhadap keputusan menginap di Hotel The Alana Surabaya. Skripsi Manajemen . Universitas STIESIA Surabaya.
- Fatchurohman,2011.Pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Kudus Permata Slawi. Skripsi Manajemen. Universitas Negeri Semarang.
- Fitriya Fauzi, Abdul Basyith & Darius Antoni, 2018.Statistik, raja grafindo persada,Depok
- Hartini Sri, 2017. Pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas, harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Sakura Palangka raya. Skripsi Manajemen . Universitas STIE Palangkaraya.
- Hendery,2015.Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Di Bangka City Hotel Pangkal Pinanh.Skripsi Manajemen, Universitas Bangka Belitung.
- Katemung Susanti Tri Laila, Kojo Christoffee & Rumokoy S. Farlanel,2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan menginap Pada Hotel Genio Manado..Skripsi Manajemen, Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Kotler Philip and Amstrong Garry 2002. Manajemen Pemasaran. Edisi Milenium.
- Kotler Philipand Amstrong, Garry, 2008.Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid1,Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philip and Amstrong Garry 2010. Prinsip-Prinsip Pemasaran, Jilid1, Edisi 12, Erlangga, Jakarta.
- Kotler Philipand Kevin Lane Keller 2012.Manajemen Pemasaran, Jilid 1,Indeks, Jakarta.
- Lupiyoadi Rambat, 2006. Manajemen pemasaran jasa. Jakarta : Salemba Empat
- Mabruroh, 2016. Analisis keputusan menginap di Hotel Syari'ah berdasarkan harga, kualitas pelayanan, dan lokasi pada pelanggan Hotel Syari'ah di Surakarta. Skripsi Manajemen . Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Muji gunarto & ratih hurriyati,2019.Metode statistika bisnis.Rafika aditama, Bandung.
- Rejeki Sri,2013. Pengaruh kualitas pelayanan, harga dan lokasi, terhadap keputusan konsumen dalam memilih menginap di Siantar Hotel di Pematang Siantar.Skripsi Manajemen, Universitas Program pascasarjana universitas terbuka Jakarta.
- Sugiyono, 2008 Metode penelitian dan bisnis. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono.2013. Metode penelitian dan bisnis. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono.2014. Metode penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R & D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono,2017.Metode Penelitian bisnis,Bandung,Alfabeta.
- Susilo Heri, Haryono Tri andi S.E MM, dan Mukery Moh W S.Ag MM, 2018. Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, promosi dan kepercayaan terhadap kepuasan konsumen dengan berkunjung sebagai variabel intervening di Hotel Amanda Hills Bandungan. Penelitian Mahasiswa dan Dosen fakultas ekonomi dan bisnis Universitas Pandanaran Semarang.
- Tjiptono Fandy.2014. pemasaran jasa,prinsip,penerapan dan penelitian. Yogyakarta: Alfabeta.
- Wijiatmoko Andri,2016. Analisis Pengaruh harga, Kualitas Pelayanan, Dan lokasi terhadap keputusan pembelian Hotel Syari'ah. Skripsi Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

SERTIFIKAT

Diberikan Kepada

Efan Elpanso, S.E., M.M

Atas partisipasinya sebagai

PEMAKALAH

Dalam Seminar Nasional Ekonomi dan *Call for Paper Global Competitive Advantage ke-4 2019*

Green Business Management, Green Market and Environment Responsibility

Diselenggarakan Tanggal 3 Oktober 2019 di Universitas Bina Darma

Oleh:

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma



Dr. Muji Gunarto, S.Si., M.Si.
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Abdul Basyith, S.E., M.Si.
Ketua Panitia

SURAT TUGAS

Nomor : 018/ST/FEB/Univ-BD/IX/2019

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bina Darma menugaskan kepada saudara-saudara yang nama-namanya tercantum dibawah ini sebagai Pemakalah dalam Seminar Global Competitive Advantage 4 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Pada Tanggal 03 Oktober 2019 di lingkungan unit kerja Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Bina Darma.

1. Dr. Muji Gunarto, S.Si, M.Si (Dosen PNSDpk Fakultas Ekonom dan Bisnis)
2. Dr. Abdul Basyith, S.E., M.Si (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Rabin Ibnu Zainal, S.E., M.Sc., Ph.D (Dosen PNSDpk Fakultas Ekonom dan Bisnis)
4. Ade Kemala Jaya, S.E. Ak. M.Acc (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
5. Dr. Dina Mellita, S.E., M.Ec (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
6. Dr. Fitriasuri, S.E., Ak, M.M. (Dosen PNSDpk Fakultas Ekonom dan Bisnis)
7. Fitriya, S.E., M.B.A., Ph.D. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
8. Andrian Noviard, S.E., M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
9. Heriyanto, S.E., M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
10. Dr. Hardiyansyah, M.Si. (Dosen PNSDpk Fakultas Ekonom dan Bisnis)
11. Dr. Lin Yan Syah, S.E., M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
12. Dr. Priyono., S.E., M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
13. Dr. Emi Suwarni, S.E. M.Si (Dosen PNSDpk Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
14. Yeni Widyanti. S.E., M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
15. M. Titan Terzaghi, S.E., Ak, M.Si. (Dosen PNSDpk Falkultas Ekonomi dan Bisnis)
16. Irwan Septayuda, S.E., M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
17. Wiwin Agustian, S.E., M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
18. Citra Indah Merina, S.E. Ak, M.M (Dosen PNSDpk Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
19. Rolia Wahasusmiah, S.E, Ak, M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
20. Septiani Fransisca, S.E., Ak, M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
21. Drs.Mukran Roni, M.B.A (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
22. M. Amiruddin Syarif, S.Si, M.M. (Dosen Falkultas Ekonomi dan Bisnis)
23. Efan Elpanso, S.E., M.M. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
24. Trisninawati, S.E., M.M. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
25. Dra. Gagan Ganjar Resmi, M.Si. (Dosen PNSDpk Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
26. Poppy Indriani, S.E., Ak., M, Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
27. Verawaty. S.E., Ak., M.Sc., CA. (Dosen PNSDpk Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
28. Henni Indriyani, S.E., Ak., M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
29. Siti Nurhayati Nafsiah, S.E., M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
30. Sabeli Aliya, S.Ei, M.M. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
31. Asmanita, S.E., M.Si. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
32. Sulaiman Helmi, S.E., M.M. (Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

Surat tugas ini berlaku mulai tanggal 20 September 2019 sampai dengan tanggal 03 Oktober 2019 dan setelah selesai segera memberikan laporannya kepada dekan.

Dikeluarkan : Palembang
Pada Tanggal 20 September 2019
Dekan,


Universitas Bina Darma
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Dr. Muji Gunarto, S.Si, M.Si