

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI
HOTEL TJOKRO STYLE YOGYAKARTA**



Disusun Oleh:

Wisnu Santiko Aji

11190711

PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PENGAJUAN

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-Syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen



PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2023

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI/TESIS/DISERTASI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Kristen Duta Wacana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wisnu Santiko Aji
NIM : 11190711
Program studi : Manajemen
Fakultas : Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Kristen Duta Wacana **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*None-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL
TJOKRO STYLE YOGYAKARTA”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Kristen Duta Wacana berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama kami sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Yogyakarta
Pada Tanggal : 26 Juni 2023

Yang menyatakan


(Wisnu Santiko Aji)
NIM.11190711

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL
TJOKRO STYLE YOGYAKARTA**

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

WISNU SANTIKO AJI

11190711

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Manajemen pada tanggal **19 JUN 2023**

Nama Dosen

Tanda Tangan

1. Lucia Nurbani Kartika, S.Pd., MM
(Ketua Tim)
2. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
(Dosen Penguji)
3. Jonathan Herdioko, S.E., M.M
(Dosen Pembimbing)

: 
: 
: 

Yogyakarta, **26 JUN 2023**

Disahkan Oleh:

Dekan Fakultas Bisnis

Ketua Program Studi




Dr. Perminas Pangeran, Msi



Drs. Sisnuhadi, MBA, Ph.D

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul:

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI HOTEL TJOKRO STYLE YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi mana pun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika dikemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain, maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar saya.

Yogyakarta, 23 Mei 2023



WISNU SANTIKO AJI

11190711

HALAMAN MOTTO

“Never put off until tomorrow what you can do today”

“Fortune favors the bold”

“Lakukanlah segala pekerjaanmu dalam kasih!”

1 Korintus 16:14

“Apa yang Kuperbuat, engkau tidak tahu sekarang, tetapi engkau akan mengertinya kelak”

Yohanes 13:7

“Urip iku urup”

“Aja Kuminter mundak keblinger, aja cidra mundak cilaka”

“Kawula mung saderma, mobah-mosik kersaning Hyang sukmo”

DUTA WACANA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa memberikan kasih, penyertaan, kekuatan, dan kesempatan kepada penulis sehingga sanggup menjalankan proses studi strata satu dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga terkasih, Bapak Rustam, Ibu Sukarlin, dan Saudara Satria Sarwa Sumbada yang selalu menjadi motivasi bagi penulis dan mengingatkan kepada penulis untuk dapat menyelesaikan studi strata satu. Juga segenap keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan bagi penulis untuk menyelesaikan studi strata satu.
3. Dosen pembimbing penulis, Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M. yang telah membimbing, memberikan arahan, serta motivasi bagi penulis agar selalu semangat dalam menyelesaikan studi.
4. Ibu Dr. -Ing. Wiyatiningsih, S.T., M.T selaku Rektor Universitas Kristen Duta Wacana.
5. Bapak Dr. Perminas Pangeran, M.Si selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
6. Bapak Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.
7. UKDW-Yayasan Compassion Indonesia yang telah memberikan bantuan beasiswa sehingga penulis dapat memperluas pengetahuan dan pengalaman ke studi strata satu.
8. Ibu Veri Diana selaku *General Manager* Hotel Tjokro Style Yogyakarta.

9. Tim *Sales Marketing* Hotel Tjokro Style Yogyakarta, Ibu Intan Nursanti, Ibu Citra Christin Wulandari, dan Bapak Ivan Noor Wicaksono yang dengan segenap hati membimbing, mengarahkan, dan memberikan banyak saran sekaligus pengalaman selama berada di Hotel Tjokro Style Yogyakarta.
10. Seluruh karyawan Hotel Tjokro Style Yogyakarta yang telah membantu selama proses penelitian.
11. Danang Adi Yuandita, Ika Ayu Febriana, Putri Rahayu Loviantius, Sefania Christy, Ahmad Alvian, Andik Heru Wibowo, Ahazia Philip, Arya Ramadhani, Lucky Nur Imawan, Rizky Febry, Nada Firdausa, Nadiya Ahadiyahur Rohmah, Nevilia Indhi Aziza, Jeremia Perangin Angin, Daniel Pratama, Jonathan Narendar Dadlani, Natanael, Natalia Watu, Indriani Payungalo, Kurnianto Surya Putra, Yesicha Shella Cristina, dan Charles Tull yang merupakan sahabat seperjuangan penulis selama menjalankan studi strata satu dan menyelesaikan skripsi ini.
12. Wahyu Setiawan, Harold Manihuruk, Rizal Laode, dan Paul Ronaldo Yonathan Pasaribu yang merupakan kakak tingkat yang senantiasa membantu penulis selama menjalankan studi strata satu dan menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh dosen mata kuliah penulis yang dengan segenap hati membimbing, mengarahkan, dan memberikan banyak saran sekaligus pengalaman berharga sehingga penulis lebih siap untuk menghadapi masa depan.
14. Seluruh staf dan mentor PPA IO-911 dan PPA AGAPE IO-849 yang dengan sabar memberikan dukungan dan bimbingan selama menjalankan studi strata satu.

15. Seluruh teman-teman khususnya mahasiswa program studi manajemen angkatan 2018, 2019, 2020 dan 2021 yang telah menjadi keluarga penulis selama di Yogyakarta yang selalu mendukung dan memberikan semangat selama menyusun skripsi.
16. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah ikut serta dalam memberikan dukungan dan arahan baik secara langsung maupun tidak langsung.

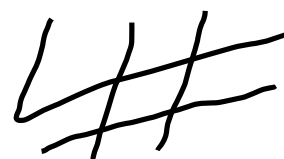


KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus karena berkat serta kasih karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Tjokro Style Yogyakarta”** sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Penulis menyadari tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini, sangat sulit bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak Jonathan Herdioko, S.E., M.M. selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini, orang tua dan keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan moral dan material, Ibu Veri Diana selaku *General Manager* Hotel Tjokro Style Yogyakarta yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian di Hotel Tjokro Style Yogyakarta.

Akhir kata, penulis hanya bisa mendoakan Tuhan Yesus Kristus yang berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Yogyakarta, 23 Mei 2023



Wisnu Santiko Aji

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Kontribusi Penelitian	5
1.5 Batasan Penelitian	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kualitas Produk	7
2.2 Kualitas Layanan	8
2.3 Persepsi Harga	9
2.4 Keputusan Pembelian	10
2.5 Penelitian Terdahulu	12
2.6 Kerangka Penelitian	14
2.7 Hipotesis	14
BAB III METODA PENELITIAN	17
3.1 Data Dan Sumber	17
3.1.1 Data Primer	17
3.1.2 Data Sekunder	18

3.2	Populasi Dan Sampel	18
3.2.1	Populasi	18
3.2.2	Sampel	18
3.3	Definisi Variabel dan Pengukurannya	19
3.3.1	Variabel Independen	19
3.3.2	Variabel Dependen	19
3.3.3	Definisi Operasional Variabel	19
3.4	Alat Uji Penelitian.....	26
3.4.1	Uji validitas	26
3.4.2	Uji Reliabilitas	26
3.5	Analisis Deskriptif	27
3.6	Model Statistis dan Uji Hipotesis	27
3.6.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	27
3.6.2	Uji Determinan (R^2).....	28
3.6.3	Uji F.....	28
3.6.4	Uji t.....	28
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN		29
4.1	Analisis Data	30
4.1.1	Uji Validitas	30
4.1.2	Uji Reliabilitas	31
4.2	Profil Responden.....	34
4.2.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.2.2	Profil Responden Berdasarkan Usia	35
4.2.3	Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	36
4.2.4	Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	37
4.2.5	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
4.2.6	Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah	39
4.2.7	Profil Responden Berdasarkan Tujuan Menginap	39
4.3	Pengujian Hipotesis	40
4.3.1	Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
4.3.2	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	42
4.3.3	Uji F.....	43

4.3.4	Uji t.....	43
4.4	Pembahasan	45
4.4.1	Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Menginap ...	45
4.4.2	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menginap .	45
4.4.3	Pengaruh Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menginap	46
BAB V PENUTUP		48
5.1	Kesimpulan	48
5.2	Keterbatasan Penelitian.....	48
5.3	Saran	49
DAFTAR PUSTAKA		50
LAMPIRAN		53



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Daftar Hotel Bintang 3 di Kota Yogyakarta	3
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 3. 1 Skala Likert	18
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel	19
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas	30
Tabel 4. 2 Hasil Uji Reliabilitas Keseluruhan	31
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk	32
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Layanan	33
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Persepsi Harga	33
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Menginap	34
Tabel 4. 7 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4. 8 Profil Responden Berdasarkan Usia.....	35
Tabel 4. 9 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 4. 10 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan	37
Tabel 4. 11 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	38
Tabel 4. 12 Profil Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	39
Tabel 4. 13 Profil Responden Berdasarkan Tujuan Menginap	39
Tabel 4. 14 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
Tabel 4. 15 Hasil Uji Koefisien Determinasi	42
Tabel 4. 16 Hasil Uji F.....	43
Tabel 4. 17 Hasil Uji t.....	44

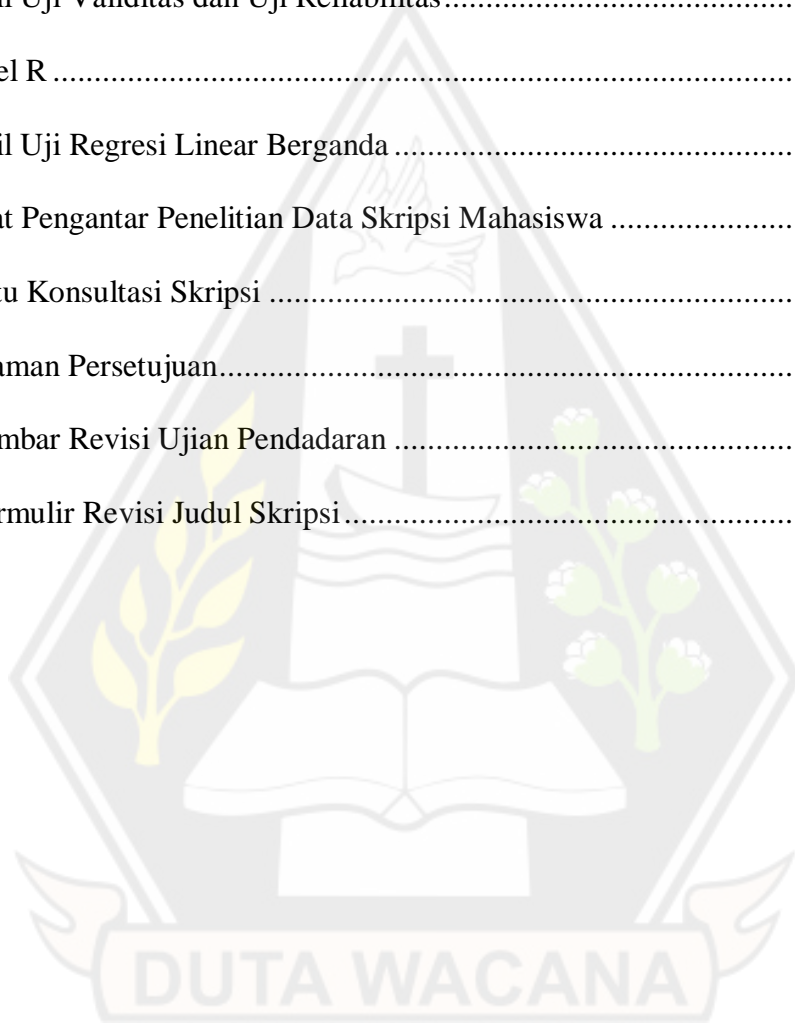
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Kota Pilihan Masyarakat Untuk Wisata	2
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian.....	14



DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner.....	53
2. Data Responden	61
3. Analisis Deskriptif	69
4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	71
5. Tabel R	74
6. Hasil Uji Regresi Linear Berganda	75
7. Surat Pengantar Penelitian Data Skripsi Mahasiswa	76
8. Kartu Konsultasi Skripsi	77
9. Halaman Persetujuan.....	79
10. Lembar Revisi Ujian Pendadaran	80
11. Formulir Revisi Judul Skripsi.....	81



**PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS LAYANAN, DAN
PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL
TJOKRO STYLE YOGYAKARTA**

Wisnu Santiko Aji

11190711

Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Email: wisnu.aji@students.ukdw.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Sampel dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis data dengan regresi linear berganda dan uji hipotesis (uji F serta uji t) menggunakan IBM SPSS 25. Dari hasil analisis dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap, kualitas layanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap, secara simultan kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta.

Kata kunci : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Persepsi Harga, Keputusan Menginap, Hotel Tjokro Style Yogyakarta

***THE EFFECT OF PRODUCT QUALITY, SERVICE QUALITY, AND PRICE
PERCEPTION ON THE DECISION TO STAY AT TJOKRO STYLE
YOGYAKARTA HOTEL***

Wisnu Santiko Aji

11190711

Management Department Faculty of Business

Duta Wacana Christian University

Email: wisnu.aji@students.ukdw.ac.id

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality, service quality, and price perception on the decision to stay at Tjokro Style Yogyakarta Hotel. This research method uses quantitative methods. The sample in this study is the guests who stay at Hotel Tjokro Style Yogyakarta. The sampling technique in this study is purposive sampling with a sample of 100 respondents. Data analysis method with multiple linear regression and hypotheses (F test and t test) using IBM SPSS 25. The results of the analysis, it can be concluded that product quality has a significant effect on the decision to stay, service quality does not have a significant effect on the decision to stay, and price perception has a significant effect on the decision to stay, simultaneously product quality, service quality, and price perception have a significant effect on the decision to stay at Tjokro Style Hotel Yogyakarta.

Keywords : Product Quality, Service Quality, Price Perception, Stay Decisions, Tjokro Style Yogyakarta Hotel

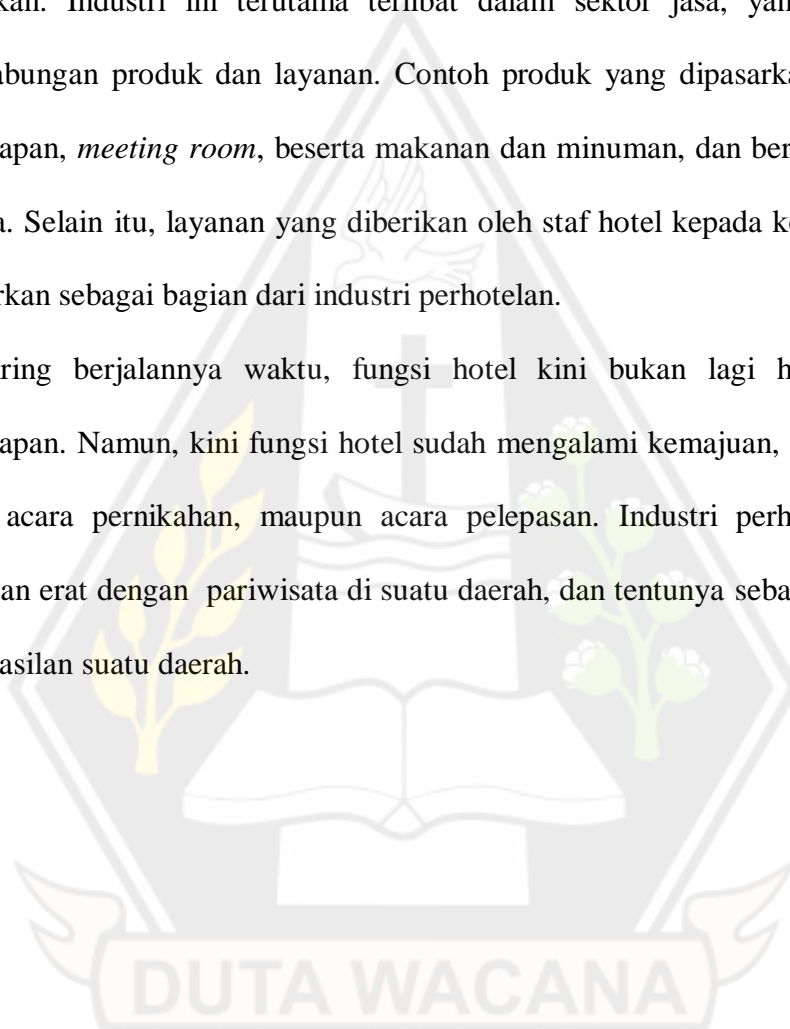
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pasca pandemi industri perhotelan mengalami lonjakan pertumbuhan yang signifikan. Industri ini terutama terlibat dalam sektor jasa, yang melibatkan penggabungan produk dan layanan. Contoh produk yang dipasarkan antara lain penginapan, *meeting room*, beserta makanan dan minuman, dan berbagai fasilitas lainnya. Selain itu, layanan yang diberikan oleh staf hotel kepada konsumen juga dipasarkan sebagai bagian dari industri perhotelan.

Seiring berjalannya waktu, fungsi hotel kini bukan lagi hanya sebagai penginapan. Namun, kini fungsi hotel sudah mengalami kemajuan, *yakni meeting room*, acara pernikahan, maupun acara pelepasan. Industri perhotelan sangat berkaitan erat dengan pariwisata di suatu daerah, dan tentunya sebagai tolak ukur keberhasilan suatu daerah.





Gambar 1.1 Data Kota Pilihan Masyarakat Untuk Wisata

Sumber : Goodstats 2022

Yogyakarta merupakan kota pilihan masyarakat yang paling banyak diminati untuk berwisata, dengan perolehan 71%. Karena banyaknya wisatawan yang datang di Kota Yogyakarta, ini menyebabkan hotel-hotel di Kota Yogyakarta saling bersaing untuk memberikan promo guna menarik tamu. Tentunya, sebelum memutuskan untuk menginap di suatu hotel, wisatawan akan mempertimbangkan beberapa hal sebelum memilih hotel. Beberapa hal yang dapat menjadi pertimbangan tersebut dapat berupa kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga yang ditawarkan berbagai hotel.

Tabel 1.1

Daftar Hotel Bintang 3 di Kota Yogyakarta

No.	Nama Hotel	Alamat	Rating
1	Patra Malioboro Hotel	Jl. Sosrowijayan No. 35	8,9
2	Hotel Neo Malioboro by ASTON	Jl. Pasar Kembang No. 21	8,8
3	Malyabhara Hotel	Jl. Malioboro No. 52 - 58	8,8
4	Greenhost Boutique Hotel	Jl. Prawirotaman II No. 629	8,7
5	Khas Tugu Hotel	Jl. Pangeran Diponegoro No. 99	8,7
6	Favehotel Malioboro	Jl. I Dewa Nyoman Oka No. 30	8,7
7	KHAS Malioboro Hotel	Jl. Gadean No. 3	8,6
8	Hotel Tjokro Style Yogyakarta	Jl. Menteri Supeno No. 48	8,6
9	Yellow Star Ambarukmo Hotel	Jl. Laksda Adisucipto No. 23	8,4
10	Tab Hotel Malioboro	Jl. Kemetiran 21	8,4

Sumber : <http://traveloka.com/>

Patra Malioboro Hotel mendapat *rating* tertinggi 8,9 dan Tab Hotel Malioboro mendapat *rating* terbawah sebesar 8,4. Berdasarkan *rating* yang diperoleh Hotel Tjokro Style Yogyakarta yang menempati posisi yang cukup rendah, peneliti terdorong mengetahui mengapa Hotel Tjokro Style Yogyakarta cukup rendah dibandingkan dengan hotel bintang 3 lainnya. Ini membuktikan bahwa Hotel Tjokro Style Yogyakarta masih harus meningkatkan kualitas produk, kualitas layanan, sehingga bisa menarik perhatian tamu dalam berkunjung.

Kualitas produk mempunyai peran terhadap keputusan pembelian tamu, produk terbaik mampu meningkatkan keberhasilan perusahaannya. Tamu cenderung membandingkan kualitas satu dengan lain demi mendapatkan produk

terbaik. Menurut penelitian yang dilakukan Olga Theolina Sitorus (2019) menunjukkan kualitas produk hotel berpengaruh terhadap keputusan menginap di Grand Inna Medan. Kualitas layanan sangat diperhatikan tamu, jika kualitas layanan yang diberikan buruk akan menimbulkan pengalaman buruk konsumen. Menurut penelitian yang dilakukan Dominica Luna dan Regina Dewi Hanifah (2020) menunjukkan kualitas layanan secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Persepsi harga jadi penentu keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa. Menurut penelitian yang dilakukan Paskah Apriani dan Bonifasius Nainggolan (2022) menunjukkan secara simultan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap di Morrissey Hotel. Berdasar paparan fenomena, peneliti berniat melangsungkan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Tjokro Style Yogyakarta”.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang peneliti dapat menarik beberapa hal untuk diteliti, yakni :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta.
2. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta.
3. Apakah persepsi harga berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini :

1. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta.
2. Mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta.
3. Mengetahui pengaruh persepsi harga terhadap keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta.

1.4 Kontribusi Penelitian

1. Bagi Obyek Penelitian (Perusahaan)

Untuk membantu perusahaan dalam menentukan strategi dalam meningkatkan kualitas produk, layanan, serta pemberian harga supaya bisa meningkatkan putusan menginap tamu.

2. Bagi Akademisi

Guna memperluas pemahaman bagi akademisi yang akan mengadakan penelitian terhadap pengaruh adanya kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap keputusan menginap.

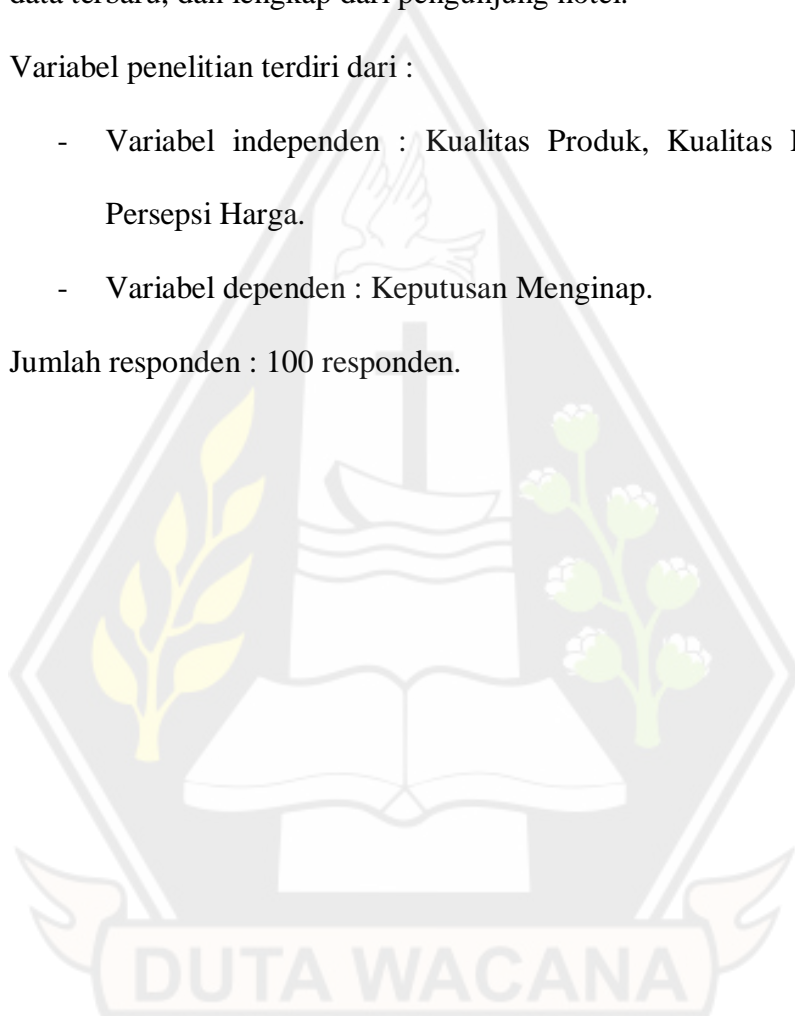
3. Bagi Peneliti

Untuk meningkatkan pengetahuan peneliti khususnya dalam keputusan tamu menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta.

1.5 Batasan Penelitian

Peneliti menerapkan batasan agar tidak menyimpang dan lebih terarah yaitu:

- a. Responden yakni tamu menginap Hotel Tjokro Style Yogyakarta setidaknya satu kali, dan berusia minimal 17 tahun.
- b. Penelitian semenjak Februari 2023 sampai Mei 2023. Guna memperoleh data terbaru, dan lengkap dari pengunjung hotel.
- c. Variabel penelitian terdiri dari :
 - Variabel independen : Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Persepsi Harga.
 - Variabel dependen : Keputusan Menginap.
- d. Jumlah responden : 100 responden.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan guna mengetahui adanya suatu pengaruh dari kualitas produk, kualitas layanan, dan persepsi harga terhadap keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta. Berdasarkan hasil analisis juga pembahasan, didapat kesimpulan yaitu :

- a. Kualitas produk memberikan pengaruh yang positif juga signifikan pada keputusan pembelian, maka hipotesis pertama yang menyebutkan kualitas produk berpengaruh pada keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta terdukung.
- b. Kualitas layanan memberi pengaruh positif tapi tidak signifikan pada keputusan menginap, jadi hipotesis kedua yang menyebutkan kualitas layanan berpengaruh pada keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta tidak terdukung.
- c. Persepsi harga memberikan pengaruh positif juga signifikan pada keputusan menginap, jadi hipotesis ketiga yang menyebutkan persepsi harga berpengaruh pada keputusan menginap di Hotel Tjokro Style Yogyakarta terdukung.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Segala proses dalam penelitian sudah dilakukan dengan baik dan berpanduan pada standar ilmiah penelitian, namun tetaplah masih terdapat keterbatasan, yaitu:

- a. Variabel dalam penelitian ini belum mencakup dan menggambarkan secara menyeluruh mengenai keputusan menginap.
- b. Ruang lingkup populasi dari penelitian ini yang mungkin hanya melakukan penelitian di hotel, sehingga diharapkan untuk peneliti selanjutnya dapat memperluas wilayah atau tempat lain lagi agar penelitian semakin baik. Serta kemungkinan responden penelitian ini adalah tamu grup sehingga tidak memprioritaskan layanan, dan tergiur dengan harga yang murah.

5.3 Saran

- a. Bagi Hotel Tjokro Style Yogyakarta
Pihak manajemen hotel harus terus meningkatkan kualitas produk dengan cara memperhatikan serta meningkatkan fasilitas penunjang tamu. Dalam hal manajemen hotel, sangat penting untuk menilai sumber keluhan tamu, terutama yang berkaitan dengan kualitas. Hal ini memungkinkan untuk memenuhi harapan dan memenuhi keinginan pelanggan, sehingga memengaruhi pilihan mereka untuk menginap. Manajer hotel harus secara konsisten memberikan pelatihan dan pengawasan kepada semua karyawan guna mengasah *skill* di masing-masing bidang.
- b. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian selanjutnya bisa misalnya seperti *brand image*, *word of mouth*, dan juga promosi untuk diteliti. Penelitian juga bisa dikembangkan dengan metode yang berbeda, bisa secara kualitatif dengan metode wawancara langsung ataupun dengan menambah variabel lain sebagai moderasi. Serta dapat ditambahkan profil responden yang membedakan antara personal guest dengan tamu grup.

DAFTAR PUSTAKA

- Bahrn., A. S. (2018). Rancang Bangun Sistem Informasi Survey Pemasaran Dan Penjualan Berbasis Web. *TRANSISTOR Elektro Dan Informatika*, 81-88.
- Dalimunthe, M. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Service Quality Terhadap Keputusan Tamu Memilih Menginap Di Le Polonia Hotel. *Jurnal Creative Agung Vol 12 No. 2*, 127-139.
- Deyto Honggoriansyah., P. K. (2020). Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Hotel Berbintang Tiga Di Kota Palembang. *Jurnal Kepariwisata Hospitalitas*, 82-102.
- Dominica Luna., R. D. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Di Capsule Hotel Old Batavia, Jakarta Pusat. *Sadar Wisata : Jurnal Pariwisata Volume 3 No. 2*, 101-115.
- Dyah Ajeng Praptiningrum., R. T. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Mercure Jakarta Gatot Subroto. *AKSELERASI: Jurnal Ilmiah Nasional Vol. 4 No. 3 Tahun 2022*, 12-25.
- Etta Mamang Sangadji., S. (2013). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Ferdinand, A. (2006). *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Peneliti Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Edisi 8)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 25. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Irene Hanna H. Sihombing., N. P. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menginap Wisatawan Nusantara. *Jurnal Bisnis Hospitaliti*, 32-41.
- Kasmir. (2017). *Customer Service Excellent*. Depok: Raja Grafindo Persada.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Leon G Schiffman., L. K. (2004). *Perilaku Konsumen, Edisi Ketujuh*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mangkunegara, A. A. (2019). *Perilaku Konsumen*. Bandung: Refika Aditama.
- Mardo, S. A. (2016). *Manajemen Pemasaran Jasa (Cetakan 1)*. Yogyakarta: Deepublish.

- Maruli Asi Tua., J. E. (2021). Pengaruh persepsi harga, persepsi kualitas, dan persepsi merk terhadap minat pembelian mobil merk Wuling di Kota Jambi. *Jurnal Dinamika Manajemen Vol.9 No.3*, 149-162.
- Mulyatningsih, E. (2011). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: CV Alfabeta.
- Paskah Apriani., B. M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap Di Morrissey Hotel Jakarta. *SIBATIK JOURNAL VOLUME 1 NO.11*, 45-56.
- Paul J Peter., J. C. (2008). *Consumer Behavior Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Philip Kotler., G. A. (2018). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Phillip Kotler., K. L. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks.
- Prawirosentono, S. (2002). *Manajemen Operasi, Analisis dan Studi Kasus*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sekaran, U. (2013). *Research Methods For Business*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sitorus, O. T. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Hotel Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Hotel Grand Inna Medan. *Jurnal Manajemen Tools Vol. 11 No. 2*, 91-102.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2019). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2020). *Strategi Pemasaran : prinsip dan penerapan*. Yogyakarta: Andi.

- Tjong Su Ling., A. W. (2022). Pengaruh Brand Image, Persepsi Harga, dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen The Highland Park Resort Hotel Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan Vol. 1 no. 1*, 31-42.
- Tonny Hendratono., A. D. (2017). Pengaruh Persepsi Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Online Travel Agent Traveloka Di Jakarta. *Jurnal Hospitality dan Pariswisata Vol. 3 No. 2*, 362-374.
- Vica Apriyanti., Y. P. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Menginap di The Sultan Hotel Jakarta. *Jurnal Human Capital Development*, 1-10.
- Widiyanto, J. (2010). *SPSS for Windows Untuk Analisis Data Statistik dan Penelitian*. Surakarta: BP-FKIP UMS.
- Wijaya, T. (2018). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta: Indeks.
- Yamit, Z. (2017). *Manajemen Kualitas Produk Dan Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Yosafat Puji Hastoko., S. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel POP Kelapa Gading. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan Volume 4 No. 9*, 6-15.
- Zaenal Mukarom., M. W. (2018). *Manajemen Pelayanan Publik*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Zulganef. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

