

SKRIPSI
PENGARUH FASILITAS, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI
HOTEL BESTON PALEMBANG



Disusun Oleh :
WELLA MENTARI
NPM. 16.01.11.0164

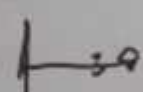
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS TRIDINANTI
PALEMBANG
2020

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI
PALEMBANG


TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Wella Mentari
No. Pokok/NIRM : 16.01.11.0164
Jurusan/Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Manajemen Pemasaran
Judul Skripsi : Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Kualitas Pelayanan
Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Hotel
Beston Palembang

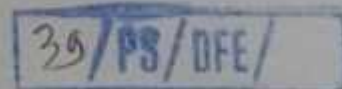
Pembimbing Skripsi
Tanggal 19 Mei 2020 Pembimbing I


.....
Lusi Nargis, SE., M.Si
NIDN: 022203610

Tanggal 12/5/20 Pembimbing II


.....
Salman, S.E., M.P
NIDN: 0201085701

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ekonomi



Dr. Msy. Mikal, SE, M.Si, Ak.CA, CSRS
NIDN: 0205026401

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : WELLA MENTARI
Nomor Pokok : 1601110164
Fakultas : EKONOMI
Jurusan : MANAJEMEN

Menyatakan Bahwa skripsi ini telah ditulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan penjiplakan karya orang lain.

Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan segala konsekuensinya.

Palembang, Mei 2020

Penulis



(Wella Mentari)

MOTTO:

"EVERYDAY IS RACE, THE
LAST BUT NOT LEAST"

(Anonymous)

"Setiap hari langkah kehidupan begitu cepat, bagaikan pembalap berebut dan melaju menjadi nomor satu, tetapi yang terakhir bukanlah yang terburuk."

Kupersembahkan Kepada

Allah SWT

Kedua orang tuaku yang tercinta

Keuargaku yang Tercinta

Teman-teman seperjuangan

Serta Dosen-dosen yang saya hormati

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang Maha Kuasa atas segala rahmat dan hidayah-Nya telah dilimpahkan kepada penulis, akhirnya skripsi yang berjudul "PENGARUH FASILITAS, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI HOTEL BESTON PALEMBANG". Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik Disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Manajemen, Program Studi Akuntansi Universitas Tridinanti Palembang. Penulis dengan tulus menyampaikan penghargaan dan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Ir. Hj. Nyimas Manisah, M.P. selaku Rektor Universitas Tridinanti Palembang
2. Ibu Dr. Msy Mikial, SE, M.Si,Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang dan juga selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan masukan-masukan yang baik sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Ibu Maryam Zanariah, SE, MM selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Tridinanti Palembang
4. Ibu Kusminaini Arimin SE,MM, selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan masukan-masukan yang baik sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak Koefrowi, S.E, M.M selaku dosen pembimbing Akademik yang telah mendampingi serta memberikan arahan selama menyelesaikan studi di Universitas Tridinanti
5. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen serta Staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Tridinanti Palembang.
6. Keluarga tercinta, Ayah Jamil (Alm) dan Ibu Hasanah serta kakak perempuan saya Indah dan Putri yang telah memberikan doa, motivasi dan semangat.
7. Orang Terdekatku Kharmila yang tidak pernah berhenti menyemangatiku, mendukung, membantu dan mendoakan.

8. Teman-teman seperjuangan almamaterku yaitu Fakultas Ekonomi Reg. B angkatan 2013, atas kekompakannya dan motivasi kebersamaan yang penuh arti.

9. Seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah membantu hingga skripsi ini selesai.

Akhir kata penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan semoga bantuan dukungan dan motivasi yang diberikan kepada penulis mendapatkan balasan dari Allah SWT. Penulis mohon maaf apabila terdapat kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini. Penulis berharap semoga tulisan ini bermanfaat bagi kemajuan dan perkembangan dunia pendidikan

Palembang, Maret 2020

Penulis
Wella Mentari

ABSTRAK

WELLA MENTARI, PENGARUH FASILITAS, LOKASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI HOTEL BESTON PALEMBANG.

Pertumbuhan Laba pada perusahaan manufaktur yang terdaftar di Indonesia Stock Exchange. Penelitian menggunakan metode purposive sampling untuk pengambilan Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari variabel Current Ratio (CR), Debt to Asset Ratio (DAR), Total Asset Trunover (TAT) dan Net Profit Margin (NPM) terhadap sampel. Data diperoleh berdasarkan publikasi Indonesian Capital Market Directory (ICMD). Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 102 sampel data keuangan perusahaan sektor pertambangan. Metode analisis data yang digunakan adalah metode analisis data kuantitatif. Hasil penelitian membuktikan bahwa rasio keuangan yang diukur dengan Current Ratio (CR), Debt to Asset Ratio (DAR), TotalAsset Trunover (TAT) dan Net Profit Margin (NPM) secara simultan terhadap pertumbuhan laba. Variabel Total Asset Trunover secara parsial berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Sedangkan Current Ratio (CR) dan Debt to Asset Ratio (DAR) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap pertumbuhan laba. Variabel rasio keuangan yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap pertumbuhan laba adalah Net Profit Margin (NPM) dan Total Asset Turnover (TAT). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa rasio-rasio keuangan mempengaruhi keputusan investor dalam melakukan investasi. Oleh karena itu perusahaan harus lebih memperhatikan kinerja Net Profit Margin (NPM) dan Total Asset Turnover (TAT) karena lebih dominan mempengaruhi pertumbuhan laba. Bagi investor bisa menjadikan rasio-rasio keuangan sebagai alat pengambil keputusan selain itu, investor harus lebih memperhatikan faktor-faktor lain yang mempengaruhi pertumbuhan laba seperti faktor eksternal perusahaan. Bagi peneliti sebaiknya menambah jumlah sampel yang diteliti dan periode penelitian ditambah.

Kata Kunci : Rasio Keuangan dan Pertumbuhan Laba

DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN TANDA PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT	iii
HALAMAN MOTTO DAN PERSEMBAHA	iv
KATA PENGANTA	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
ABSTRAK	xiii
RIWAYAT HIDUP	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Perumusan Masalah.....	7
1.3. Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Manfaat Penelitian.....	8

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kajian Teoritis.....	10
2.1.1 Pertumbuhan Laba.....	10
2.1.1.1 Definisi Pertumbuhan Laba.....	10
2.1.1.2 Karakteristik Laba.....	11
2.1.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Pertumbuhan laba...	12
2.1.1.4 Analisis Pertumbuhan Laba.....	13
2.1.2. Laporan Keuangan.....	15
2.1.2.1 Definisi Laporan keuangan.....	15

2.1.2.2 Pihak-pihak yang Berkepentingan Terhadap	
Laporan keuangan.....	15
2.1.2.3 Jenis-jenis Laporan Keuangan.....	17
2.1.2.4 Tujuan laporan keuangan.....	18
2.1.2.5 Analisis Laporan Keuangan.....	19
2.1.3. Rasio Keuangan	20
2.1.3.1 Pengertian Rasio Keuangan.....	20
2.1.3.2 Macam-macam Rasio Keuangan.....	21
2.2. Penelitian Lain Yang Relevan	28
2.3. Kerangka Berfikir.....	30
2.4. Hipotesis	31

BAB III METODE PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian.....	
3.1.1 Tempat Penelitian.....	
3.1.2 Waktu Penelitian.....	
3.2. Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	
3.2.1 Sumber Data.....	
3.2.2 Teknik Pengumpulan Data.....	
3.3. Populasi, Sampel dan Sampling.....	
3.3.1 Populasi	
3.3.2 Sampel.....	
3.3.3 Sampling.....	
3.4. Rancangan Penelitian.....	
3.5. Variabel dan Defenisi Operasional.....	
3.6. Instrumen Penelitian.....	

3.7. Teknik Analisis	
3.7.1 Analisis Statistik Deskriptif.....	
3.7.2 Analisis Statistik Inferensial.....	
3.7.2.1 Uji Persyaratan.....	
3.7.2.2 Analisis Regresi Berganda.....	
3.7.2.3 Koefisien Korelasi.....	
3.7.2.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	
3.7.3 Uji Hipotesis.....	
3.7.3.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	
3.7.3.2 Uji Signifikan Parsial (Uji t).....	

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian.....	
4.1.1. Sejarah Indonesia Stock Exchange (IDX).....	
4.1.2. Data Sampel Yang Akan Diteliti.....	
4.1.3. Analisa Deskriptif.....	
4.1.4. Analisis Inferensial.....	
4.1.4.1 Uji Normalitas.....	
4.1.4.2 Uji Asumsi Klasik.....	
4.1.5. Model Regresi Berganda.....	
4.1.6. Koefisien Korelasi.....	
4.1.7. Koefisien Determinasi (R^2).....	
4.1.8. Uji Hipotesis.....	
4.1.8.1 Uji Signifikan Simultan (Uji F).....	
4.1.8.2 Uji Signifikan Parsial (Uji-t).....	
4.2. Pembahasan	

4.2.1. Pengaruh Rasio Keuangan secara simultan Terhadap
Pertumbuhan Laba di Perusahaan Pertambangan

Yang Terdaftar di IDX..... .

4.2.2 Pengaruh Rasio Keuangan secara Parsial Terhadap
Pertumbuhan Laba di Perusahaan Pertambangan

Yang Terdaftar di IDX.....

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....

5.2. Saran.....

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Halaman

Tabel 1.1 Rata-Rata Rasio keuangan dan Pertumbuhan Laba Perusahaan Sektor Pertambangan Tahun 2016-2018.....	4
Tabel 2.1 Penelitian Lain Yang Relevan.....	28
Tabel 3.1 Sampel Yang Digunakan Dalam Penelitian.....	35
Tabel 3.2 Variabel dan Definisi Operasional.....	38
Tabel 4.1 Perkembangan Pasar Modal di Indonesia.....	48
Table 4.2 Data Statistik Variabel Yang Akan Diteliti.....	
Tabel 4.3 Data Statistik Deskriptif.....	
Tabel 4.4 Uji Multikolinieritas.....	
Tabel 4.5 Uji Autokorelasi.....	
Tabel 4.6 Hasil Perhitungan Regresi Linear Berganda.....	
Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	
Tabel 4.8 Hasil Uji Koefisien Detreminasi (R^2)	
Tabel 4.9 Hasil Uji F	
Tabel 4.10 Hasil Uji t.....	

DAFTAR
GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	31
Gambar 4.1 Grafik P.P Polt	
Gambar 4.2 Grafik Scatterpolt.....	

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Sektor pariwisata pada masa sekarang ini telah menjadi kegiatan usaha atau industri yang cukup maju di dunia. Bagi Indonesia yang memiliki potensi pariwisata yang besar, industri ini diharapkan mampu menjadi salah satu kekuatan pembangun yang dapat diandalkan. Dalam keadaan perekonomian Indonesia yang sedang mengalami krisis saat ini, sektor wisata mampu menunjukkan perkembangan yang cukup baik untuk dijadikan suatu *alternatif* dalam memperbaiki keadaan perekonomian.

Hotel banyak di jumpai di berbagai tempat, baik di sejumlah daerah tujuan wisata maupun di kota-kota besar. Hotel dan bisnis pelayanan jasa atau sejenisnya semakin tumbuh dan berkembang di daerah tujuan wisata, hotel yang berdiri biasanya merupakan hotel, resort atau tempat peristirahatan dan rekreasi yang di tujukan bagi para wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata dan membutuhkan tempat untuk menginap. Sedangkan di kota-kota besar seperti DKI Jakarta industri hotel dalam perkembangannya tidak hanya tertuju pada sektor pariwisata saja. Banyak para kalangan *eksekutif* atau bisnis dari berbagai perusahaan yang menggunakan fasilitas hotel berupa kamar (penginapan) maupun ruang pertemuan (*meeting room*) untuk melakukan rapat-rapat, seminar atau menjamu klien perusahaan

Pekembangan persaingan bisnis di Indonesia adalah salah satu fenomena yang sangat menarik untuk kita simak, terlebih dengan adanya

globalisasi dalam bidang ekonomi yang semakin membuka peluang pengusaha asing untuk turut berkompetisi dalam menjangkau konsumen lokal. Dampak globalisasi menyebabkan industri jasa yang terdiri dari berbagai macam industri seperti industri telekomunikasi, transportasi, perbankan, dan perhotelan berkembang dengan cepat (Zeithaml & Bit, 2003). Perusahaan lokal sebagai tuan rumah semakin dituntut untuk mengenali perilaku konsumen untuk kemudian menyesuaikan kemampuan perusahaan dengan kebutuhan mereka. Perusahaan yang ingin *survive* harus mempunyai nilai lebih yang menjadikan perusahaan tersebut berbeda dengan perusahaan lain. Nilai lebih yang ditawarkan ini akan semakin memberikan kemantapan kepada calon konsumen untuk bertransaksi atau mendorong para konsumen lama untuk bertransaksi kembali.

Perusahaan dalam menjalankan usahanya harus selalu mengamati perubahan perilaku konsumen sehingga dapat mengantisipasi perubahan perilaku tersebut, untuk kemudian dijadikan kajian dalam rangka memperbaiki strategi pemasarannya. Pada hakekatnya tujuan dari pemasaran adalah untuk mengetahui dan memahami sifat konsumen dengan baik sehingga produk yang ditawarkan dapat laku terjual. Menurut Engel *et al* (1994) Perilaku konsumen adalah suatu kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan menggunakan barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan tersebut

Industri perhotelan adalah industri jasa yang memadukan antara produk dan layanan. Desain bangunan, interior dan eksterior kamar hotel serta restoran, suasana yang tercipta di dalam kamar hotel, restoran, kolam renang

serta makanan dan minuman yang dijual beserta keseluruhan fasilitas yang ada merupakan contoh produk yang dijual. Sedangkan layanan yang dijual adalah keramah-tamahan dan ketrampilan staff/karyawan hotel dalam melayani pelanggannya. Kotler dan Amstrong (2004) mendefinisikan jasa sebagai aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak lain yang pada dasarnya tanpa wujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Definisi jasa adalah suatu kegiatan yang memiliki beberapa unsur ketidakberwujudan (*intangibility*) yang melibatkan beberapa interaksi dengan konsumen atau properti dalam kepemilikannya, dan tidak menghasilkan transfer kepemilikan

Dahulu fungsi hotel hanya sebagai tempat bermalam bagi konsumen yang melakukan perjalanan bisnis atau wisata dan tidak memiliki relasi di tempat tujuan. Namun seiring berjalannya waktu, fungsi hotel mengalami peningkatan. Menurut Grolier Elektronik Publishing Inc. (1995) yang dikutip oleh Agus Sulastiyono (2006), hotel adalah usaha komersial yang menyediakan tempat menginap, makanan, dan pelayanan-pelayanan lain untuk umum. Saat ini, seringkali hotel digunakan untuk acara pernikahan, rapat perusahaan, *launching* untuk produk baru suatu perusahaan dan tak jarang pula hotel digunakan untuk sarana untuk berakhir pekan bagi kalangan masyarakat menengah atas. Para pengusaha perhotelan diharapkan tanggap dan memiliki respon yang cepat terhadap perubahan-perubahan ini.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya adalah bagaimana pihak hotel dapat menarik pelanggan dan mempertahankan mereka dengan cara memberikan kualitas pelayanan terbaik agar para tamu puas terhadap layanan yang diberikan. Dalam persaingan bisnis sekarang ini, layanan merupakan hal yang

paling penting bagi perusahaan untuk strategi diferensiasi ketika mereka menjual produk yang sama. Layanan yang baik akan menyelamatkan makanan yang tak enak. Sebaliknya hidangan utama yang lezat tidak menjamin dan dapat menyelamatkan layanan yang buruk (Orilio, 2005). Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan merupakan aspek yang sangat penting yang harus diperhatikan perusahaan.

Kualitas pelayanan berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Pelayanan disini adalah segala macam bentuk pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel selama tamu atau konsumen tersebut berada dihotel, meliputi pelayanan yang diberikan oleh *receptionist, bell boy, room service, security, cleaning, service*, dan lain-lain.

Ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* dan *perceived service*. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan pada sudut pandang atau persepsi dari penyedia jasa melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pernyataan ini juga diperkuat oleh (Zeithaml, 1996) yaitu "*a customer's judgment of the overall excellence or superiority of a service*". Seringkali juga kita mendengar peribahasa yang menyatakan bahwa pelanggan adalah raja yang harus dilayani dengan sebaik mungkin. Ungulnya kualitas layanan diharapkan mampu menarik konsumen untuk kembali memiliki kecenderungan melakukan pembelian ulang terhadap produk yang kita tawarkan.

Disamping kualitas pelayanan yang baik, fasilitas juga turut berperan dalam menjaring konsumen. Fasilitas adalah sarana yang sifatnya mempermudah konsumen untuk melakukan suatu aktivitas. Konsumen pada jaman sekarang adalah konsumen yang kritis yang sangat berhati-hati dalam membelanjakan uang. Mereka mempertimbangkan banyak faktor untuk memilih sebuah produk atau jasa termasuk jasa perhotelan. Fasilitas menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam menentukan pilihan. Pada tingkat harga yang hampir sama, Semakin lengkap fasilitas yang disediakan pihak hotel, maka akan semakin puas pelanggan dan ia akan terus memilih perusahaan tersebut sebagai pilihan prioritas berdasarkan persepsi yang ia peroleh terhadap fasilitas yang tersedia. Menurut Tjiptono (2006) Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan fasilitas berpengaruh terhadap kualitas jasa tersebut dimata pelanggan.

Dalam membangun sebuah usaha diperlukan sebuah tempat dimana sebuah perusahaan tersebut akan berlokasi. Menurut Murti dan Soeprihanto (1999) letak atau lokasi perusahaan sering disebut sebagai tempat kegiatan perusahaan melakukan kegiatan sehari-hari. Mayoritas dari para pengguna jasa hotel adalah mereka yang berasal dari luar daerah yang sedang memiliki urusan disekitar hotel itu berada baik untuk tujuan wisata, bisnis ataupun hanya sebagai tempat transit sementara untuk kemudian melanjutkan perjalanan mereka. Oleh karena itu lokasi hotel yang strategis akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan akses terhadap hotel tersebut. Kedekatan hotel dengan beberapa tempat tujuan wisata atau fasilitas-fasilitas umum akan menjadi nilai lebih bagi perusahaan. Menurut Heizer (2001) lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun

menghancurkan strategi perusahaan. Oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsif terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan, dan peraturan di masa mendatang. Hotel Beston Palembang adalah salah satu hotel bintang empat yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman no.57 Palembang.

Konsumen dalam hal ini merupakan komunitas yang heterogen yang berasal dari berbagai latar belakang, sifat, kebiasaan, daerah, budaya, dan tingkat ekonomi. Dengan dilatar belakangi oleh beberapa teori, penelitian sebelumnya dan fenomena masalah tersebut, maka dilakukan penelitian untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan lokasi terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Beston Palembang. Menurut Payne (2000) pemasaran jasa merupakan proses mempersepsikan, memahami, menstimulasi dan memenuhi kebutuhan pasar sasaran yang dipilih secara khusus dengan menyalurkan sumber- sumber sebuah organisasi untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Berdasarkan beberapa uraian diatas maka dilakukan penelitian berjudul **“ Pengaruh Fasilitas, Lokasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Hotel Beston Palembang “**

1.2 Rumusan Masalah

Perusahaan jasa berlomba-lomba melakukan berbagai cara untuk dapat menghasilkan produk yang mampu menarik calon konsumen untuk bersedia memakai produk mereka. Persaingan di bidang jasa perhotelan di kota Palembang yang ketat memiliki pengaruh yang besar terhadap penurunan

jumlah tamu hotel. Dengan ketatnya persaingan konsumen menjadi semakin memiliki banyak pilihan sehingga harus diterapkan strategi yang tepat untuk tetap menjadi pilihan prioritas dari para konsumen

Fluktuasi jumlah tamu hotel yang memiliki kecenderungan menurun mendorong perusahaan untuk semakin meningkatkan performa perusahaan agar hal-hal yang mempengaruhi penurunan tersebut dapat diidentifikasi untuk kemudian diterapkan sebagai strategi yang tepat untuk dapat mengatasinya.

Maka masalah penelitian yang dikembangkan disini adalah “Variabel-variabel apa sajakah yang dapat meningkatkan keputusan menginap di Hotel Beston Palembang?”. Variabel-variabel yang digunakan antara lain: , fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan

Dari masalah penelitian tersebut dapat dirumuskan pertanyaan-pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Bagaimana pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap?
2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap?
3. Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menginap?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan

1.3.1 Tujuan Penel

Berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan:

1. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh fasilitas terhadap keputusan menginap.
2. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap.
3. Untuk menguji dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap keputusan menginap.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak perusahaan, yaitu sebagai masukan dan pertimbangan dalam mengembangkan dan menyempurnakan kebijakan perusahaan, terutama yang berhubungan dengan, fasilitas yang disediakan, pemilihan lokasi dan kualitas layanan sehingga bisa mempertahankan jumlah pelanggan dan bila perlu meningkatkan jumlah pengguna jasa perusahaan tersebut.
2. Bagi peneliti dapat mengaplikasikan teori-teori yang diperoleh selama perkuliahan khususnya mengenai pengaruh fasilitas, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menginap di hotel.
3. Bagi almamater agar bermanfaat untuk dijadikan referensi para peneliti selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aksara. Ghozali, Imam. 2003. “Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS”. Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Engel, James F, 1994, “Perilaku Konsumen Jilid 1”, Jakarta: Binarupa
- Kamus Besar Bahasa Indonesia, 1989 Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, Jakarta
- Kotler, Philip, 2005, “Manajemen Pemasaran”. Jilid I, Jakarta : Indeks
- Lupiyoadi, Rambat & A Hamdani, 2006. “Manajemen Pemasaran Jasa”. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyohadi, Rambat, 2001 “Manajemen pemasaran jasa teori dan praktik”, Salemba Empat, Jakarta.
- Sulastiyono, Agus, 2006. “Manajemen Penyelenggaraan Hotel”. Bandung ; Alfabeta
- Suwiti, Ni Wayan dan Cecil Irwin Jr. Boham, 2008,” Akomodasi Perhotelan”. Jilid III, PT Macanan Jaya Cemerlang, Klaten.
- Swasta, Basu dan T Hani Handoko, 1987, “Manajemen Pemasaran”, Liberty, Yogyakarta.
- Swasta, Basu, 2009,” Azas-Azas Marketing”, Yogyakarta : Liberty.
- Tjiptono, Fandy, 2004,” Manajemen Jasa”, Andy Offset, Yogyakarta.