

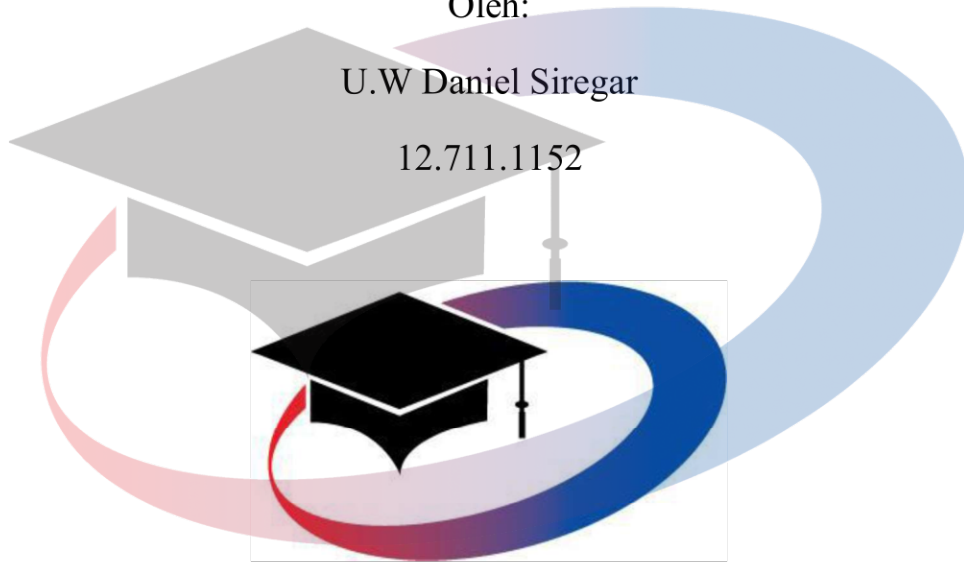
**PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI
PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN
PERMINTAAN KONSUMEN PADA
HOTEL SAMOSIR VILLA'S**

SKRIPSI

Oleh:

U.W Daniel Siregar

12.711.1152



**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI**

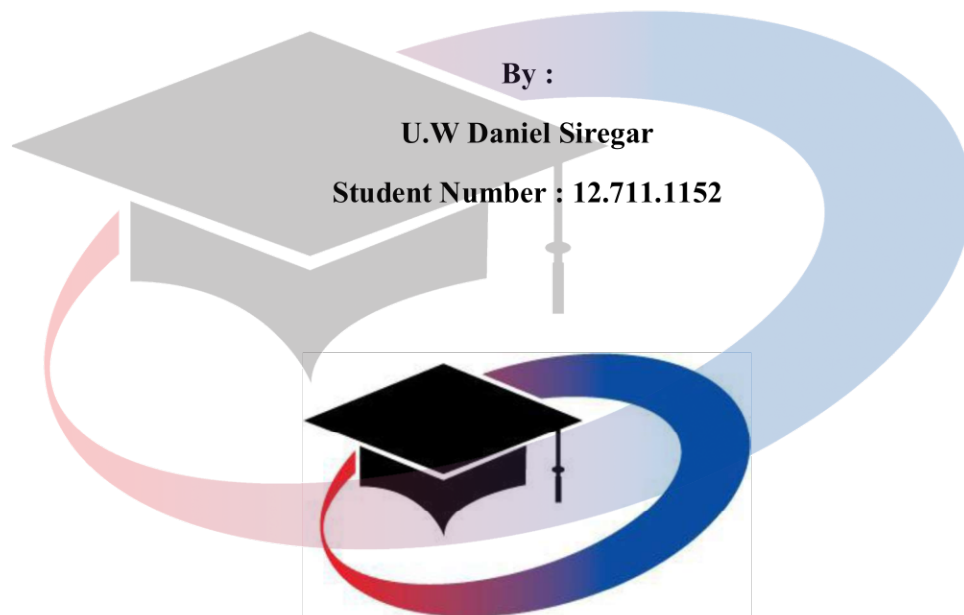
MIKROSKIL

MEDAN

2016

**THE INFLUENCE OF CONSTANT PRICE AND AND ADVERTISING
PROMOTION TOWARDS DEMAN DECIDING TO USE SERVICE OF
HOTEL SAMOSIR VILLA'S**

FINAL RESERCH



By :

U.W Daniel Siregar

Student Number : 12.711.1152

**UNIVERSITAS
MIKROSKIL**

STUDY PROGRAM OF MANAGEMENT

SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI

MIKROSKIL

MEDAN

2016

LEMBARAN PENGESAHAN

PENGARUH PENETAPAN HARGA DAN PROMOSI PERIKLANAN
TERHADAP KEPUTUSAN PERMINTAAN KONSUMEN PADA HOTEL
SAMOSIR VILLA'S

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Guna
Mendapatkan Gelar Sarjana Strata Satu
Program Studi Manajemen
Konsentrasi Manajemen Bisnis

Oleh :

U.W Daniel Siregar

127111152

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Pembimbing II,

(Hanny Siagian, S.E., M.Si.)

(Pioner Pelawi, S.E.,M.Si.)

Medan, 29 Juli 2016

Diketahui dan Disahkan Oleh :



SURAT PERNYATAAN

Perihal : Tugas Akhir

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : U.W Daniel Siregar
Nim : 127111152
Jurusan/Program Studi : Manajemen
Konsentrasi Bidang : Manajemen Bisnis
Jenjang Studi : S1

Dengan ini menyatakan bahwa saya telah melaksanakan penelitian dan penulisan Tugas akhir dengan judul dan tempat penelitian sebagai berikut:

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Penetapan Harga dan Promosi Periklanan terhadap Keputusan Permintaan Konsumen Pada Hotel Samosir Villa's
Tempat Penelitian : Hotel Samosir Villa's
Alamat Penelitian : Jl.Tuk-tuk Siadong, Kec.Simanindo,Kab.Samosir.

Telp/No.hp Tempat Penelitian : (0625)-451083

Sehubungan dengan Tugas Akhir tersebut, saya menyatakan dengan sebenarnya bahwa penelitian dan penulisan Tugas Akhir tersebut merupakan hasil kerja saya sendiri (tidak menyuruh orang lain mengerjakannya). Jika di kemudian hari ternyata terbukti bahwa bukan saya yang mengerjakannya (membuatnya), maka saya bersedia dikenakan sanksi yang telah ditetapkan STIE Mikroskil Medan, yakni pencabutan Ijazah yang telah saya terima dan ijazah tersebut dinyatakan tidak sah.

Demikianlah surat pernyataan ini saya perbuat dengan sungguh-sungguh, dalam keadaan sadar dan tanpa ada tekanan dari pihak manapun.

Medan, 28 Juli 2016
Saya yang membuat pernyataan,

Materai 6000



(U.W Daniel Siregar)

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penetapan harga dan promosi periklanan terhadap keputusan permintaan pemakaian jasa pada Hotel Samosir Villa's. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuesioner terhadap 100 responden yang diperoleh dengan menggunakan teknik *accidental sampling*. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda. Pengujian secara parsial yaitu uji t menunjukkan bahwa variabel penetapan harga tidak berpengaruh terhadap keputusan permintaan pemakaian jasa. Selanjutnya hasil uji secara simultan atau uji F yang dilakukan menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan permintaan pemakaian jasa. Adjusted r square menunjukkan bahwa penetapan harga dan promosi periklanan dapat menjelaskan variasi terhadap variabel keputusan permintaan pemakaian jasa adalah sebesar 34,1% dan sisanya sebesar 65,9% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Penetapan Harga, promosi periklanan, dan keputusan permintaan konsumen

UNIVERSITAS MIKROSKIL

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of constant price and advertising promotion towards demand deciding to use service of Hotel Samosir Villa's. This research was conducted by questionnaire method to the 100 respondents gained by using accidental sampling technique. The methods of data analysis in this research is multiple linear regression. T-test shows that the influence of constant price variable doesn't have influence towards demand deciding to use service and advertising promotion variable have positively significant influence towards demand deciding to use service. Then F-test shows that both independent variables have positively and significant influence towards demand deciding to use service. Adjusted R square shows that constant price and advertising promotion can explain variation towards demand deciding to use service variable is for 34,1% while the rest as 65,9% is explained by other variables which is not observed in this research.

Keyword : Constant Price, Advertising Promotion, Demand Deciding to Use Service



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu penulis mengucapkan puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karuniaNya, penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Tujuan penulis dalam melaksanakan penulisan ini adalah guna memenuhi syarat untuk mendapatkan gelar sarjana strata satu Program Studi Manajemen Bidang Konsentrasi Manajemen Bisnis di STIE-Mikroskil Medan, dan penulis melakukan penelitian di Hotel Samosir Villsa's.

Selama penyusunan penelitian ini, penulis banyak memperoleh bimbingan, nasehat dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan terima kasih kepada:

1. Ibu Hanny Siagian, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Pak Pioner Pelawi, S.E, M.Si., selaku Dosen Pembimbing II yang juga membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Ir. Mbayak Ginting, S.Kom, M.M., selaku Ketua STIE – Mikroskil Medan dan juga selaku Dosen penguji I yang telah memberikan kritik dan saran yang menjadikan skripsi ini lebih sempurna.
4. Bapak Sugianta Ovinus, S.E, M.M., selaku Dosen Penguji II yang juga membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Eko Yuliawan, S.E, M.Si., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE-Mikroskil Medan
6. Bapak Djoni, S.Kom, M.T.I., selaku Wakil Ketua I STIE Mikroskil Medan

7. Bapak Paulus, S.Kom, M.T., selaku Wakil Ketua II STIE-Mikroskil Medan.
 8. Bapak Saliman, S.T, selaku Wakil Ketua III STIE-Mikroskil Medan
 9. Bapak dan ibu Dosen di STIE Mikroskil Medan yang telah memberikan bimbingan-bimbingan yang berharga selama perkuliahan.
 10. Bapak Pimpinan Hotel Samosir Villa's yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk melakukan penelitian pada Hotel Samosir Villa's.
 11. Rekan mahasiswa/i dan teman-teman lainnya yang turut memberikan dorongan dan partisipasi hingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
 12. Teristimewa kepada Ayahanda, Ibunda dan saudara-saudara penulis tercinta yang telah banyak memberikan dukungan moral maupun material selama penulis mengikuti pendidikan hingga selesainya penulisan skripsi ini.
 13. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terima kasih atas kerja samanya.
 14. Kepada Yohana Gultom yang memberikan semangat didalam penulisan skripsi
- Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Medan, 28 Juli 2016

Penulis

U.W Daniel Siregar

DAFTAR ISI

Halaman

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I: PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang	1
1.2.Rumusan Masalah	6
1.3.Ruang Lingkup Penelitian.....	6
1.4.Tujuan Penelitian.....	6
1.5.Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1. Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2. Manfaat Praktis	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori.....	12
2.2.1. Defenisi Hotel.....	12
2.3. Pemasaran	13

2.3.1. Penegertian Pemasaran	13
2.3.1.1. Penegertian Bauran Pemasaran (Marketing Mix)	14
2.3.1.2. Konsep Pemasaran.....	16
2.3.2. Penegertian Jasa	16
2.3.3. Karakteristik Jasa	17
2.3.4. Perilaku Konsumen	20
2.3.5. Harga dan Penetapan Harga	25
2.3.6. Promosi Media Sosial	29
2.3.7. Promosi Media Cetak.....	30
2.3.8. Promosi Media Elektronik.....	31
2.3.9. Keputusan Permintaan	31
2.4. Teori Permintaan.....	32
2.5. Kerangka Konseptual.....	33
2.6. Hipotesis	34

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN..... 35

3.1. Sejarah Singkat Perusahaan	35
3.2. Struktur Organisasi	35
3.3. Job Description	36
3.4. Jenis Penelitian.....	38
3.5. Lokasi Penelitian.....	39
3.6. Populasi dan Sampel	39
3.6.1. Populasi.....	39
3.6.2. Sampel.....	39
3.6.3. Metode Pengumpulan Data.....	40
3.7. Defenisi Operasional Variabel.....	41

3.8. Metode Analisis Data.....	42
3.8.1. Uji Validitas dan Realibilitas	43
3.8.1.1. Uji Validitas.....	43
3.8.1.2. Uji Realibilitas.....	44
3.8.2. Uji Asumsi Klasik.....	44
3.8.2.1. Uji Normalitas	44
3.8.2.2. Uji Multikolinearitas	46
3.8.2.3. Uji Heteroskedastisitas.....	46
3.8.3 Uji Hipotesis	47
3.8.3.1. Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	47
3.8.3.2. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	48
3.8.4 Koefisien Determinasi(R^2)	38

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN 50

4.1. Hasil Penelitian	50
4.1.1. Karakteristik Responden.....	50
4.1.2. Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.1.2.1. Variabel Penetapan Harga	54
4.1.2.2. Variabel Promosi Periklanan.....	56
4.1.2.3. Variabel Keputusan Permintaan Pemakain Jasa.....	57
4.1.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	59
4.1.3.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Penetapan Harga	59
4.1.3.2. Uji Validitas dan Reliabilitas Promosi Periklanan	60
4.1.3.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Keputusan Permintaan Pemakain jasa	60
4.1.4. Uji Normalitas.....	61

4.1.5. Uji Multikolinearitas.....	64
4.1.6. Uji Heterokedastisitas	65
4.1.6.1. Uji Grafik Scaterplot	65
4.1.6.2 Uji Glejser	67
4.1.7. Analisis Regresi Linear Berganda	67
4.1.8. Uji Hipotesis	68
4.1.8.1. Uji Signifikan Simultan (Uji-F).....	68
4.1.8.2. Uji Signifikan Parsial (Uji-t)	69
4.1.8.3. Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	70
4.2. Pembahasan.....	71
BAB V : PENUTUP	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN.....	78

UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Harga Berdasarkan Tipe Kamar	4
Tabel 1.2. Daftar Harga Berdasarkan Tipe Kamar Kompetitor	4
Tabel 1.3. Jumlah dan Target Tamu yang Berkunjung	5
Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1. Skala Likert	41
Tabel 3.2. Defenisi Operasional Variabel	42
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	50
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	51
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Hunian.....	52
Tabel 4.5. Distribusi Jawaban	53
Tabel 4.6. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Penetapan Harga	54
Tabel 4.7. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi Periklanan.....	56
Tabel 4.8. Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Permintaan Pemakaian Jasa	58
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Penetapan Harga	59
Tabel 4.10. Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Promosi Periklanan	60
Tabel 4.11. Tabel Uji Reliabilitas	61
Tabel 4.12. Hasil Uji Normalitas	64
Tabel 4.13. Nilai Tolerance dan Nilai VIF	65
Tabel 4.14. Hasil Uji Glejser.....	67

Tabel 4.15. Hasil Uji Koefisien Regresi Linear Berganda.....	67
Tabel 4.16. Hasil Analisis Regresi Secara Simultan.....	68
Tabel 4.17. Hasil Analisis Regresi Secara Parsial	69
Tabel 4.18. Koefisien Determinasi.....	70



UNIVERSITAS MIKROSKIL

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Jumlah Konsumen yang Berkunjung Ke Hotel	6
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual (Experiential Marketing)	33
Gambar 3.1. Struktur Organisasi.....	36
Gambar 4.1. Grafik Histogram.....	62
Gambar 4.2. Grafik Normal Probability Plot.....	63
Gambar 4.3. Uji Heterokedastisitas	66



UNIVERSITAS
MIKROSKIL

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	77
Lampiran 2. Data Hasil Kuesioner.....	80
Lampiran 3. Hasil Pengolahan Data.....	83
Lampiran 4. Daftar Riwayat Hidup	



UNIVERSITAS
MIKROSKIL