

## ABSTRACT

*A wide variety of ways in which the hotelier to attract consumers. Hotel Puri Denpasar has conducted a wide range of strategies to increase consumer interest stays.*

*This paper has a purpose to knowout about the effect of location, price and service quality perception of the consumer's decision to use the services at the Puri Denpasar Hotel Jakarta.*

*Research method that used is descriptive analysis, with searching data through library, observation dan interview. a success qesioner gathered counted 95 responden. In the analysis phase to test the validity and reliability, normality test, a multiple linear regression analysis, t test, F test and the coefficient of determination with the help of SPSS 21 for windows to test this model.*

*From writing result can concluded that the consumer's decision to use the services of the hotel needed a strategic location, price perceptions and optimal service quality. Level of service quality has the most powerful influence in comparison with the location and price perception.*

*Keywords: Location, Price Perception, Quality of Service, Consumer Decision*



## ABSTRAK

Berbagai macam cara yang dilakukan oleh pengusaha hotel untuk menarik para pelanggannya agar mereka membeli jasa yang ditawarkan. Hotel Puri Denpasar telah melakukan berbagai macam strategi untuk meningkatkan minat konsumen menginap.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tentang pengaruh lokasi, persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa hotel pada Hotel Puri Denpasar Jakarta.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui studi pustaka, observasi dan penyebaran kuesioner. Kuesioner yang berhasil terkumpul sebanyak 95 responden. Pada tahap analisis dilakukan uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas, analisa regresi linear berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi dengan bantuan aplikasi SPSS 21 For Windows untuk pengujian model ini.

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa dalam keputusan konsumen untuk menggunakan jasa hotel diperlukan lokasi yang strategis, persepsi harga serta kualitas pelayanan yang optimal. Kualitas pelayanan mempunyai tingkat pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan lokasi dan persepsi harga.

Kata Kunci : Lokasi, Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, Keputusan Konsumen

