

**PENGARUH CITRA MEREK, LOKASI, KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MENGINAP HOTEL HORIZON CILEDUG
(Studi Kasus Pada Hotel Horison Ciledug)**

SKRIPSI

Skripsi Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis

Program Studi Manajemen Universitas Mercu Buana



Nama : Anisa Robi Yanti

NIM : 43115010179

**Program Studi Manajemen
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2020**

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Anisa Robi Yanti

NIM : 43115010179

Program Studi : S1 Manajemen

Menyatakan bahwa proposal skripsi ini adalah murni hasil karya sendiri. Apabila saya mengutip dari hasil karya orang lain, maka saya akan mencantumkan sumbernya sesuai dengan ketentuan yang berlaku. Saya bersedia dikenakan sanksi pembatalan skripsi ini apabila terbukti melakukan tindakan plagiat (penjiplakan).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Januari 2020


Anisa Robi Yanti
NIM:43115010179

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : ~~Anisa~~ Robi Yanti
Nim : 43115010179
Program Studi : Manajemen S1
Judul Skripsi : Pengaruh citra merek, lokasi, kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menginap berkunjung Hotel Horison Ciledug
Tanggal Lulus Ujian :

Disahkan Oleh:

Dosen Pembimbing



Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M.Si
Tanggal:

Dekan Fakultas
Ekonomi dan Bisnis



Dr. Harnoyinsah, Ak., M.Si., CA., CIPSAS.,
CMA., CSRS., CIBA., CBV
Tanggal:

Ketua Penguji



Febrina Mahliza, S.E., M.Si
Tanggal: 28/9/2020

Ketua Program Studi
Manajemen S1



Dr. Daru Asih, M.Si
Tanggal:

ABSTRACT

This research aims to analyse the influence of brand image, location, service quality and consumer decision. This research object is Horizon Ciledug Hotel consumer and the number of samples specified is 195 respondents using calculation method based on formula heir number of indicators multiplied by 5. The sample withdrawal method uses Convenience Sampling. Method of collecting data using survey method, with research instrument is questionnaire. Data analysis methods use Partial Least Square (PLS). Research proves that brand images are positively and significantly influential in consumer decisions, locations are positively and significantly impacted by consumer decisions, and service quality is positive and significant to the decisions of Consumer.

Keywords: Citra merek, location, service quality, and consumer decision.



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image*, lokasi, kualitas pelayanan dan keputusan konsumen. Objek penelitian ini adalah konsumen hotel horizon ciledug dan jumlah sampel yang ditentukan adalah 195 responden dengan menggunakan metode perhitungan berdasarkan rumus heir jumlah indikator dikalikan 5. Metode penarikan sampel menggunakan *Convenience Sampling*. Metode pengumpulan data menggunakan metode survey, dengan instrumen penelitian adalah kuesioner. Metode analisis data menggunakan *Partial Least Square* (PLS). Penelitian membuktikan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen, lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.

Kata kunci: *Citra merek*, lokasi, Kualitas pelayanan, dan Keputusan Konsumen.



KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada peneliti, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh citra merek, lokasi, kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen menginap berkunjung Hotel Horison Ciledug”**. Skripsi ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana Jakarta.

Penulis menyadari sebagai manusia biasa dalam penelitian ini tidak lepas dari kesalahan dan kekurangan akibat keterbatasan pengetahuan serta pengalaman. Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan yang sangat berarti dari berbagai pihak khususnya Dr. Erna Sofriana Imaningsih, SE, M. Siselaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan saran, waktu, bimbingan, semangat, pengetahuan dan nasehat-nasehat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin berterima kasih pada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi initerutama kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Dr. Harnovinsah, Ak., M.Si., CA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

3. Dr. Daru Asih, M.Si selaku Ketua Program Studi Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh dosen dan staf Program Studi Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana yang telah memberikan segenap ilmunya.
5. Kedua orang tua tercinta yang tiada henti-hentinya kepada penulis serta memberi semangat dan memberikan banyak inspirasi dalam menyelesaikan skripsi ini..
6. Kepada sahabat-sahabat (EMAK FAMILY) yang telah memberikan semangat, doa, dan dukungan moral yang tiada henti-hentinya kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Pihak-pihak lain yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terima kasih atas bantuan, motivasi serta doanya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, saran dan kritik sangat penulis harapkan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mercu Buana.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatu

Jakarta, 29 Januari 2020

Penulis,

Anisa Robi Yanti

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....	i
LEMBARAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Kontribusi Penelitian.....	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA KONSEPTUAL DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	
A. KAJIAN PUSTAKA.....	13
1. Manajemen Pemasaran.....	13
2. Citra merek.....	15
3. Lokasi.....	21
4. Kualitas pelayanan.....	24
5. Keputusan Konsumen.....	27
B. Penelitian Terdahulu.....	37
C. Hubungan antara variabel.....	43
1. Hubungan Antara Citra merek dengan keputusan konsumen.....	43
2. Hubungan Antara Lokasi dengan keputusan konsumen.....	44
3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dengan keputusan konsumen.....	44
D. Rerangka pemikiran.....	44
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Waktu dan Tempat Penelitian.....	47
B. Desain Penelitian.....	47
C. Definisi dan Oprasional Variabel.....	48
D. Pengukuran Variabel.....	51
E. Populasi dan Sempel.....	52
F. Teknik Pengumpulan Data.....	54
G. Metode Analisis.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Gambaran Umum Perusahaan.....	61
B. Analisis Deskriptif.....	62
1. Karakteristik Responden.....	62
2. Deskriptif Jawaban Responden.....	62
C. Metode Analisis Data.....	62
1. Evaluasi <i>Measurement (Outer Model)</i>	69

a. <i>Convergent Validity</i>	69
b. <i>Discriminant Validity</i>	75
c. <i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	77
d. <i>Composite Reliability Dan Cronbach's Alpha</i>	77
2. Pengujian Model Struktural/Uji Hipotesis.....	78
a. Nilai <i>R Square</i>	79
b. <i>Goodness Of Fit Model</i>	79
c. Hasil Pengujian Hipotesis.....	80
D. Pembahasan	
1. Pengaruh <i>brand image</i> terhadap keputusan konsumen.....	81
2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan konsumen.....	82
3. Pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen.....	83
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
A. Simpulan.....	85
B. Saran.....	85
1. Bagi Perusahaan.....	85
2. Bagi Peneliti Selanjutnya.....	86
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tingkat penghunian kamar (TPK) Hotel berbintang	4
Tabel 1.2 Daftar hotel bintang di Jakarta Selatan	6
Tabel 1.3 Hasil Pra Survey	8
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Operasional Variabel	50
Tabel 3.2 Skala Likert.....	52
Tabel 3.3 Perhitungan Sampel.....	54
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	62
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan Usia.....	63
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan Banyak Berkunjung.....	64
Tabel 4.4 Deskripsi responden Jawaban Responden Variabel <i>Brand Image</i>	65
Tabel 4.5 Deskripsi responden Jawaban Responden Variabel Lokasi.....	66
Tabel 4.6 Deskripsi responden Jawaban Responden Variabel Pelayanan	67
Tabel 4.7 Deskripsi responden Jawaban Responden Variabel Keputusan	68
Tabel 4.8 Hasil Pengujian <i>Convergent Validity</i>	70
Tabel 4.9 Hasil Pengujian <i>Convergent Validit</i> Modifikasi	73
Tabel 4.10 Uji <i>Discriminant Validity (Fornell Larcker)</i> (Modifikasi)	76
Tabel 4.11 Hasil pengujian <i>Average Variance Extracted</i>	77
Tabel 4.12 Hasil pengujian <i>Composite reliability</i> dan <i>Cronbach Alpha</i>	78
Tabel 4.13 Nilai <i>R Square</i> Variabel Endogen.....	79
Tabel 4.14 Hasil pengujian hipotesis	80

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tingkat Penghunian Kamar (TPK) Hotel berbintang 5.....	5
Gambar 2. 1 Proses pengambilan keputusan.....	28
Gambar 2. 2 Rerangka konseptual	45
Gambar 4. 1 Hasil <i>Algorithm</i> PLS	71
Gambar 4. 2 Hasil <i>Algorithm</i> PLS (Modifikasi)	75
Gambar 4. 3 Hasil Uji <i>Bootstrapping</i>	81



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	91
Lampiran 2	Hasil Karakteristik Responden	95
Lampiran 3	Deskriptif Jawaban Responden.....	96
Lampiran 4	Hasil Pengujian <i>Measurement (Outer Model)</i>	100
Lampiran 5	Hasil Pengujian Hipotesis	106

