

***INFLUENCE THE PERCEPTION OF PRICE, LOCATION, AND
PROMOTION TO THE INTENTION TO STAY
(Case Study: Hotel Sofyan Betawi Menteng)***

BY:

DITA ANDANSARI

43110110039

ABSTRACT

This research is motivated by the times which must also be accompanied by the development of advances in all fields, such as advances in technology, communication, and progress in several other areas, one of which is tourism. Indonesia can be considered as the State which also keep abreast of the times, including developments in the field of tourism. This study aims to determine the effect of price perception, location, and promotion to the intention to stay. The object of this research is the consumer who stay at the Hotel Sofyan Betawi Menteng.

In this study the data were collected through questionnaires to 100 respondents who stay at the Hotel Sofyan Betawi Menteng, using purposive sampling method to determine the respondents to each variable.

*The results showed that partially and simultaneously, variable perception of price, location, and the promotion of positive and significant effect to the intention to stay at the Hotel Sofyan Betawi Menteng. This was evidenced from the results of simultaneous test (*F* test) and partial test results (*t* test) that shows the significant value of the three independent variables that support the hypothesis. Therefore the test results of this study suggest that there simultaneously influence the perception variable price, location, and promotion to the intention to stay at the Hotel Sofyan Betawi Menteng.*

Keywords: Price Perception, Location, Promotion, Intensi Stay, SPSS, Hotel Sofyan Betawi

**PENGARUH PERSEPSI HARGA, LOKASI, DAN PROMOSI TERHADAP
INTENSI MENGINAP
(Studi Kasus: Hotel Sofyan Betawi Menteng)**

**OLEH:
DITA ANDANSARI
43110110039**

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan zaman yang tentunya juga diiringi dengan berkembangnya kemajuan-kemajuan di segala bidang seperti kemajuan pada bidang teknologi, komunikasi, dan kemajuan pada beberapa bidang lain yang salah satunya adalah bidang pariwisata. Indonesia dapat dikatakan sebagai Negara yang juga mengikuti perkembangan zaman, termasuk perkembangan dalam bidang pariwisatanya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi harga, lokasi, dan promosi terhadap intensi menginap. Objek penelitian ini adalah para konsumen yang menginap di Hotel Sofyan Betawi Menteng.

Dalam penelitian ini data dikumpulkan melalui metode kuesioner terhadap 100 orang responden yang menginap di Hotel Sofyan Betawi Menteng, dengan menggunakan metode purposive sampling untuk mengetahui tanggapan responden terhadap masing-masing variabel.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan, variabel persepsi harga, lokasi, dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi menginap pada Hotel Sofyan Betawi Menteng. Hal itu dibuktikan dari hasil uji simultan (uji F) dan hasil uji parsial (uji t) yang menunjukkan nilai signifikan dari tiga variabel bebas yang mendukung hipotesa. Oleh karena itu hasil uji dari penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel persepsi harga, lokasi, dan promosi terhadap intensi menginap di Hotel Sofyan Betawi Menteng.

Kata kunci : Persepsi Harga, Lokasi, Promosi, Intensi Menginap, SPSS, Hotel Sofyan Betawi