

# PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI HOTEL REDDOORZ NEAR HERMES PLACE POLONIA MEDAN PADA MASA PANDEMI COVID-19

<sup>1</sup>Desianto Harefa, <sup>2</sup>Mery Lani Purba

Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara  
Indonesia

Email : [desianto17@gmail.com](mailto:desianto17@gmail.com)

## ABSTRAK

*The Covid-19 pandemic has had a considerable impact on the development of hospitality business in the country. This resulted in many hotel industries losing money and even temporarily closing hotels until the pandemic was over.*

*The research method used is quantitative data, namely to obtain data and information that will be used as the language of the analyst. The research sample was 83 people. The data collection techniques used were interviews, documentation and distribution of questionnaires at the Reddoorz Hotel Near Hermes Place Polonia Medan. The objectives of this study are: (1) To determine the effect of price on consumer decisions to stay at the Reddoorz Hotel Near Hermes Place Polonia Medan. (2) To determine the effect of location on consumer decisions to stay at the Reddoorz Hotel Near Hermes Place Polonia Medan. (3) To determine the effect of price and location on consumer decisions to stay at the RedDoorz Hotel Near Hermes Place Polonia Medan. The results of this study will show that: (1) There is an effect of price on consumer decisions with a value  $t_{hitung} > t_{tabel} = 5.394 > 1.663$  with a significant  $\alpha (0.000 < 0.05)$ . (2) There is an effect of location on consumer decisions with a value  $t_{hitung} > t_{tabel} = 4.012 > 1.663$  with a significant  $\alpha (0.000 < 0.05)$ . (3) There is an effect of price and location on consumer decisions with  $t_{hitung} > t_{tabel} (50.154 > 3.11)$ .*

**Keywords:** price, location, decision to stay, covid-19 pandemic

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Pandemi virus corona 2019-2020 atau dikenal sebagai pandemic Covid-19 adalah peristiwa menyebarnya penyakit virus corona 2019 di seluruh dunia. Perusahaan jasa perhotelan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam upaya memahami perilaku konsumen dan mencapai tujuannya yaitu mendapatkan konsumen dan menjadikannya sebagai konsumen potensial. Harga kamar di Hotel Reddoorz Near

Hermes Place Polonia Medan sangat terjangkau. Selain itu Lokasi Hotel ini sangat strategis karena dekat dengan pusat kota dan tempat perbelanjaan. Di lokasi Hotel ini tidak ada pembatasan-pembatasan jalan terkait covid-19 ini. Sehingga konsumen tertarik untuk menginap.

### B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka yang menjadi pokok permasalahan yang akan diteliti dalam karya ilmiah ini antara lain :

1. Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan menginap di

Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemi *Covid-19*?

2. Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemi *Covid-19*?
3. Bagaimana pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan menginap di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemi *Covid-19*?

### C. Tujuan Penelitian

Hasil yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menjawab rumusan masalah diantaranya:

1. Pengaruh harga terhadap keputusan menginap di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemi *Covid-19*.
2. Pengaruh lokasi terhadap keputusan menginap di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemi *Covid-19*.
3. Pengaruh harga dan lokasi secara simultan terhadap keputusan menginap di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemi *Covid-19*.

## LANDASAN TEORI

### A. Harga

Harga menurut Kotler dan Armstrong (dalam Efrianto 2016:4) harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari

## D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai kalangan baik dari pihak peneliti, pembaca, maupun perusahaan, dimana :

### A. Manfaat Teoritis

1. Bermanfaat bagi penulis untuk menambah pengetahuan dan teori-teori ekonomi khususnya pengetahuan manajemen pemasaran kedalam penelitian lapangan tentang harga, lokasi, dan keputusan menginap.
2. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi penelitian yang lain sehingga memberikan perbandingan dalam melakukan penelitian terhadap objek atau masalah yang sama dimasa yang akan datang.

### B. Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk pariwisata di kota Medan khususnya di bidang perhotelan tentang pengetahuan manajemen pemasaran kedalam penelitian lapangan tentang harga, lokasi, dan keputusan menginap

memiliki atau menggunakan barang atau jasa.

### B. Lokasi

Lokasi menurut Heizer dan Render (2015) lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaannya untuk

membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan.

### C. Keputusan Pembelian (Menginap)

Menurut Kotler dan Keller (2016:153), keputusan pembelian seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian. Pendapat di atas menunjukkan adanya hubungan antara persepsi konsumen dengan keputusan untuk membeli suatu produk.

### D. Hipotesis

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran dan hasil kajian empiris di atas, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut ini :

- H1: Ada pengaruh harga terhadap keputusan menginap pada Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan
- H2: Ada pengaruh Lokasi terhadap keputusan menginap pada Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan
- H3: Ada pengaruh Harga dan Lokasi secara simultan terhadap keputusan menginap pada Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan

## METODOLOGI PENELITIAN

### A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di Jl. Sei Petani No.26 Medan Baru, penelitian dilaksanakan mulai April sampai Juni 2020.

### B. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:117) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah tamu di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan yang sedang menginap karena mempunyai kesempatan yang sama sebagai populasi. Jumlah tamu yang menginap di bulan Juni 2020 pada Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan sebanyak 479 orang.

### C. Sampel

Menurut Sugiyono (2015:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dalam penelitian ini sampel yang diambil dengan menggunakan teknik rancangan sampel *Random Sampling*, yaitu dengan menggunakan acak sederhana. Untuk mengetahui berapa sampel yang akan diambil, peneliti menggunakan rumus Slovin yaitu sebagai berikut:

$$n = N / (1 + Ne)^2$$

Keterangan :

- n: Jumlah sampel
- N: Jumlah populasi
- e: Persentase kelonggaran ketelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih ditolerir atau diinginkan (10% atau 0,01)

Dengan populasi sebanyak 479 dan tingkat kesalahan (e) sebesar 10%, maka sampel (n) dalam penelitian ini adalah :

$$n = \frac{479}{1+479(10\%)^2}$$

n =83  
Maka sampel penelitian ini adalah sebanyak 83 orang responden..

**D. Definisi Operasional Variabel Penelitian**

**Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Definisi Operasional	Indikator	Skala
Harga (X1)	Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa.	1. Keterjangkauan harga 2. Harga sesuai kemampuan atau daya beli 3. Kesesuaian harga dengan kualitas produk 4. Kesesuaian harga dengan manfaat	L I K E R T
Lokasi (X2)	Lokasi adalah pendorong biaya dan pendapatan, maka lokasi seringkali memiliki kekuasaannya untuk membuat strategi bisnis perusahaan. Lokasi yang strategis bertujuan untuk memaksimalkan keuntungan dari lokasi bagi perusahaan.	1. Akses 2. Visibilitas 3. Lalu lintas 4. Tempat parkir 5. Ekspansi 6. Lingkungan 7. Persaingan	L I K E R T
Keputusan Pembelian (Y)	Keputusan pembelian adalah seseorang dipengaruhi oleh faktor psikologi utama, antara lain persepsi serta keyakinan dan pendirian.	1. Tujuan dalam membeli sebuah produk 2. Kemantapan pada sebuah produk 3. Memberikan rekomendasi kepada orang lain 4. Melakukan pembelian ulang	L I K E R T

**E. Jenis dan Sumber Data Penelitian**

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis data kuantitatif. Adapun tujuan dalam mengadakan penelitian oleh peneliti yaitu untuk mendapatkan data dan informasi yang akan digunakan sebagai bahasa analisis. Ada dua jenis data berdasarkan sumbernya yang umumnya digunakan dalam penelitian yaitu data primer dan data sekunder.

**F. Teknik Pengumpulan Data**

Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data pada penelitian ini adalah dokumentasi, wawancara dan kuesioner.

**G. Metode Penelitian**

**1. Uji Validitas**

validitas menurut Sugiyono (2015:348), adalah menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dapat dikumpulkan oleh peneliti.

## 2. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2016:173), bahwa reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama.

## 3. Statistik Deskriptif

Menurut Sugiyono (2016:147) yang dimaksud dengan statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membentuk kesimpulan yang berlaku bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi.

## 4. Regresi Linier Berganda

Analisis statistik regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Keputusan Pembelian

X1 : Harga

X2 : Promosi

a : Konstanta

b : Koefisien

e : Variabel lain yang tidak diteliti

## 4. Uji Asumsi Klasik

Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik bertujuan untuk mengetahui apakah sampel yang ditetapkan dapat mendapatkan nilai pemeriksaan yang efisien atau tidak.

### a. Uji Normalitas

Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan One Sample Kolmogorov Smirnov pada taraf signifikansi 0,05. Menurut Priyatno (2008:26) terdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 0,05 atau 5%.

### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah ketidaksamaan varians dari residu untuk semua pengamatan dalam model regresi. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi linier adalah gejala heteroskedastisitas yang dilakukan melalui pengamatan grafik scatterplot model dengan pola titik yang menyebar diatas dan dibawah sumbu Y.

### c. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji regresi linier pada korelasi antar variabel bebas. Model regresi linier yang baik jika tidak ada korelasi pada variabel independen. Jika diantara variabel bebas saling berkorelasi maka variabel ini tidak ortogonal yaitu korelasi variabel bebas adalah nol.

## 5. Hasil Pengujian Hipotesis

### a. Hasil Uji-T (Uji Parsial)

Uji-T bertujuan melihat secara parsial hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu variabel X (Harga dan Promosi) dan Y (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial.

### B. Hasil Uji F (Uji Simultan)

Uji-F bertujuan melihat secara bersama (simultan) hubungan variabel bebas terhadap variabel terikat yaitu variabel X1 (Harga) dan X2 sama-sama mempengaruhi Y (Keputusan pembelian). Uji-F dilakukandengan membandingkan probabilitas (*p value*) dengan taraf signifikan 5%.

### C. Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji determinasi bertujuan menentukan persentase total variasi pada variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas.

Analisis dengan menggunakan Adjusted R Square. Koefisien determinan ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model menerangkan variasi variabel independen. Nilai koefisien determinan dapat dilihat pada R square.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Hasil Uji Validitas

Dari hasil pengujian untuk semua kuesioner yang digunakan menunjukkan bahwa nilai r hitung lebih besar dari r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua kuesioner tersebut adalah valid.

### B. Hasil Reliabilitas

Adapun hasil uji reliabilitas untuk semua variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel diawah ini :

Cronbach's Alpha	N of Items
,736	17

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel Harga, variabel Lokasi, dan variabel Keputusan Menginap seluruhnya menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* berada 0,736 lebih besar dari 0,60.

### 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4 Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1	(Constant)	3,647	1,939		1,881	,064	-,212	7,505						
	HARGA	,480	,089	,483	5,394	,000	,303	,657	,683	,516	,402	,691	1,448	
	LOKASI	,302	,075	,360	4,012	,000	,152	,451	,628	,409	,299	,691	1,448	

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENGINAP

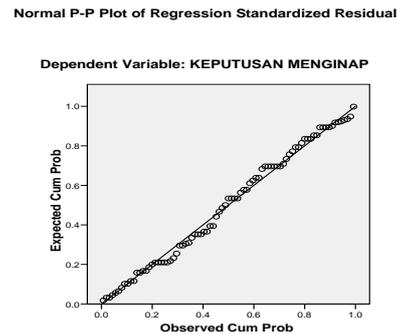
Sumber : Hasil pengolahan SPSS V17

Dapat disimpulkan bahwa semua variabel telah reliabel.

### C. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Hasil Uji Normalitas

Pengujian normalitas dapat juga dilakukan dengan menggunakan pengujian grafik P-P Plot untuk pengujian residual model regresi yang tampak pada gambar berikut:



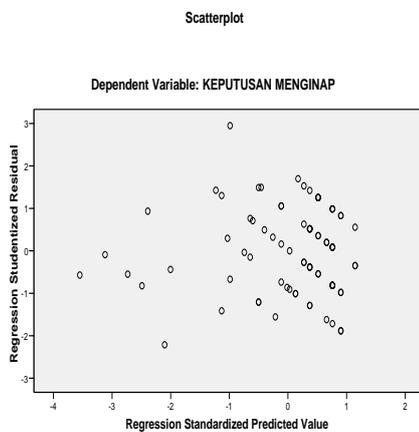
Sumber : Hasil pengolahan SPSS V17

Grafik normal probability plot membentuk antara nilai-nilai teoritis (sumbu x) melawan nilai-nilai yang didapat dari sampel (sumbu y) dan keduanya berbentuk linear (dapat didekati oleh garis lurus), maka hal ini merupakan indikasi bahwa residual menyebar normal dan titik-titik berada disepanjang garis diagonal.

Tabel diatas terlihat bahwa nilai VIF dari 10 dan nilai toleransi yang lebih dari 0,1, berarti bahwa tidak terdapat multikolinieritas /kolerasi antar variabel bebas. Nilai VIF untuk variabel harga sebesar 1,448 dan lokasi sebesar 1,448 lebih besar dari 0,1 sedangkan nilai toleransi untuk harga dan lokasi sebesar 0,691.

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa titik-titik yang tidak membentuk pola tertentu atau tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

**3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**  
**Hasil Uji Heteroskedastisitas dapat dilihat pada gambar 4.5 berikut :**



Sumber: Hasil SPSS V17

**D. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**  
**Hasil regresi linear berganda dapat dilihat pada tabel 4.5**

**Coefficients**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Toleran	VIF
1	Constant)	3,647	1,939		1,881	,064	-,212	7,505					
	HARGA	,480	,089	,483	5,394	,000	,303	,657	,683	,516	,402	,691	1,448
	LOKASI	,302	,075	,360	4,012	,000	,152	,451	,628	,409	,299	,691	

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENGINAP

Sumber: Hasil SPSS V17

Dari hasil tersebut diatas, apabila ditulis dalam bentuk persamaan regresinya adalah sebagai berikut:

$$Y = 3,647 + 0,480 X_1 + 0,302X_2$$

Keterangan: Y = Keputusan Menginap

X<sub>1</sub> = Harga

X<sub>2</sub> = Lokasi

Persamaan analisis regresi linear berganda ini dapatdiartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta 3,647, artinya bahwa konsumen akan melakukan keputusan menginap tanpa dipengaruhi oleh hargadan lokasi

### E. Hasil Uji Hipotesis

#### 1. Uji t (Uji Parsial)

Tabel 4.6 uji t (uji parsial)

Model	Coefficients <sup>a</sup>												
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B		Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
1 (Constant)	3,647	1,939		1,881	,064	-,212	7,505						
HARGA	,480	,089	,483	5,394	,000	,303	,657	,683	,516	,402	,691	1,448	
LOKASI	,302	,075	,360	4,012	,000	,152	,451	,628	,409	,299	,691	1,448	

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENGINAP

Sumber: Hasil SPSS V17

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa :

- a. Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel X<sub>1</sub> (harga) diperoleh nilai t hitung = 5,394 dengan nilai t tabel sebesar 1,663 maka keputusan menerima Ha dan menolak Ho karena t hitung lebih besar dari tabel. Tingkat signifikansi 0,000 pada t hitung lebih kecil dari signifikansi yang ditetapkan 0,05 maka keputusan Ha diterima dan Ho ditolak dengan

2. Nilai koefisien regresi harga (X<sub>1</sub>) sebesar 0,480 artinya jika harga naik satu satuan dan variabel
3. lainnya tetap maka keputusan menginap akan naik sebesar 48,0%.
4. Nilai koefisien regresi lokasi(X<sub>2</sub>) sebesar 0,302 artinya pengaruh lokasidinaikkan satu satuan dan variabel lainnya tetap maka keputusan menginap akan naik sebesar 30,2%.

demikianhipotesis Ha diterima.

- b. Hasil pengujian SPSS diperoleh variabel X<sub>2</sub> (Lokasi) diperoleh nilai t hitung sebesar 4,012 dengan nilai t tabel = 1,663 maka diterima Ha dan ditolak Ho karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Tingkat signifikansi 0,000 lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 berarti Ha diterima dan Ho ditolak.

2. Uji F (Uji Simultan)

Tabel 4.7 Uji F (Uji Secara Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	126,223	2	63,111	50,154	,000(a)
	Residual	100,669	80	1,258		
	Total	226,892	82			

a Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA

b Dependent Variable: KEPUTUSAN MENGINAP

Sumber: Hasil SPSS V17

Dapat dilihat dari tabel 4.7 diketahui Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung sebesar 50,154 dengan nilai F tabel = 3,11 berarti f hitung lebih besar dari f tabel. Nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa secara

bersama-sama harga dan lokasi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menginap atau  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak.

3. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R^2$  adalah diantara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel dependen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.

Tabel 4.8 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	,746 <sup>a</sup>	,556	,545	1,122	,556	50,154	2	80	,000	1,528

a. Predictors: (Constant), LOKASI, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENGINAP

Sumber :Hasil pengolahan SPSS V17

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS V17 dapat diketahui bahwa nilai R sebesar 0,746 yang artinya hubungan relation antara harga dan lokasi terhadap keputusan konsumen menginap. Hubungan ini merupakan hubungan yang sedang, karena semakin besar nilai R atau jika nilai R mendekati satu maka hubungan antar variabel semakin erat dan kuat. koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 0,556 besar pengaruh harga dan lokasi serta

keputusan menginap sebesar 55,6%. Hal ini berarti 44,4% dijelaskan oleh variabel dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang diteliti dalam penelitian ini, misalnya kualitas pelayanan, promosi, merek dll.

## KESIMPULAN DAN SARAN

### A. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kajian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat disimpulkan menjadi beberapa hal sebagai berikut:

1. Variabel harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu Sri Hartini (2017) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Sakura Palangka Raya” dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen.
2. Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan. Hal senada juga diperlihatkan dari hasil penelitian sebelumnya oleh Tri Rahadian Putra dan Imam Hidayat (2017) yang menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara lokasi dengan keputusan menginap.
3. Harga dan lokasi sama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan. Sejalan dengan hasil penelitian sebelumnya Arga Efrianto (2016), menunjukkan bahwa harga, lokasi, promosi dan layanan secara simultan

memiliki pengaruh secara positif terhadap keputusan menginap di Hotel Alana Surabaya.

### B.SARAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian ini, maka saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Dari hasil pembahasan ditemukan bahwa penetapan harga merupakan faktor yang dominan dari harga. Manajemen Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan hendaknya memperhatikan penetapan yang lebih menarik untuk hari kerja maupun hari libur ataupun padamas pandemi *Covid-19* ini dan meningkatkan frekuensi pemberian diskon atau bonus yang lebih menarik. Hal ini akan membuat konsumen merasakan bahwa perusahaan hotel tersebut memberikan tawaran harga yang sangat menarik minat konsumen untuk menginap.
2. Dari hasil pembahasan ditemukan bahwa keterjangkauan merupakan faktor yang dominan dari lokasi. Hal ini memberikan pertimbangan bagi pihak hotel agar memperhatikan kemudahan untuk menjangkau lokasi hotel apabila pada suatu saat ingin berpindah lokasi atau memperluas usahanya dengan mendirikan hotel baru.
3. Untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arga Efrianto dan Suwitho, 2016. Pengaruh Harga, Lokasi, Promosi dan Layanan Terhadap Keputusan Menginap di Hotel The Alana Surabaya.
- Creswell, Jhon W. 2016. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Fransiska, Abas Kasim dan Juita L.D. 2018. Pengaruh Promosi, Fasilitas, Lokasi dan Harga Terhadap Kepuasan Menginap (Studi Pada Hotel T-More Kupang).
- Gitosudarmo, Indiryo. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Cetakan Ketiga, Edisi Kedua. Yogyakarta: BPE
- Heizer, Jay and Render Barry, 2015, *Manajemen Operasi: Manajemen Keberlangsungan dan Rantai Pasokan*, edisi 11, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2016: *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Laila Tri Susanti Katemung, Kristoffel Kojo dan Farlane S. Rumokoy, 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Genio Manado*.
- Letko M, Marzi A, Munster V, 2020. "Functional assessment of cell entry and receptor usage for SARS-CoV-2 and other lineage B betacoronaviruses". *Nature Microbiology*.
- Mimi SA. 2015, Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Di *Ranch Market* | *Jurnal Ekonomi* Volume XX, Nomor 01
- Philip, Gary Amstrong. 2016. *Prinsip Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Sugiyono 2015. *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen, dan Marketing Plan*. Jakarta: PT. Ghalia Indonesia.

- Suparyanto dan Rosad. 2015. *Manajemen Pemasaran*, IN MEDIA: Bogor.
- Sri Hartini, 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Hotel Sakura Palangkaraya
- Wira dan Youmil, 2019. Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Kamar (Studi Kasus Pada Grand Royal Denai Hotel Bukittinggi).