

**PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI HOTEL REDDOORZ NEAR HERMES PLACE POLONIA MEDAN DI MASA PANDEMI COVID-19**

<sup>1</sup>Terima Jaya Harefa, <sup>2</sup>Elisabet Tambunan

<sup>1,2</sup>Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Sari Mutiara Indonesia

Email : [trismanharefa15@gmail.com](mailto:trismanharefa15@gmail.com)

**ABSTRAK**

*The development of the hospitality industry in Medan has added to the increasingly intense competition between hotel companies, where each company is competing to attract consumers through superior offers compared to competitors and to retain consumers. The objective of these study are to know : (1) The effect of Promotion Strategy on guest's decision to stay at the Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan In The Time Pandemy COVID-19. (2) The effect of Service Quality on guest's decision to stay at the Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan In The Time Pandemy COVID-19. (3) The effect of the Influence promotion strategy and Service Quality on guest's decision to stay at the Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan In The Time Pandemy COVID-19. The research method that used is Quantitative Methods with descriptive analysis. The total information collected and expressed in numbers such as the number of stays in 2020. The technique of data collection that used to analyze this data by observation, interview, and distribution of questionnaires in the Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan In The Time Pandemy COVID-19. Result of research methodology showed that : (1) The Influence of Promotion Strategy on guest decisions to stay It was obtained  $T_{Count} 5,818 > T_{Tabel} 1,672$  with Sig  $\alpha (0,000 < 0,05)$ , (2) The Service Quality on guest decisions to stay it was obtained  $T_{Count} 40,151 > T_{Tabel} 1,672$  with Sig  $\alpha (0,008 < 0,05)$ , (3) The effect of the Influence promotion strategy and Service Quality on guest's decision to stay it was obtained  $T_{Count} 181190,719 > T_{Tabel} 2,40$ .*

**Keywords : Promotion Strategy, Service Quality and Guest's Decision**

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata merupakan usaha yang pada umumnya sangat menjanjikan dalam meraih devisa negara. Secara khusus Sumatera Utara yang memiliki perkembangan dan pertumbuhan yang terus meningkat saat ini. Salah satu komponen industri pariwisata yang besar peranannya di Indonesia adalah usaha perhotelan. Dewasa ini bisnis perhotelan semakin tumbuh dan berkembang di Indonesia. Di banyak daerah, jumlah tujuan (destinasi) pariwisata dan hotel semakin bertambah, situasi yang sama juga tampak di kota-kota besar.

Di tengah pandemi *Covid-19* ini, Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan masih tetap beroperasi dengan mengikuti protokol pencegahan penularan Covid-19 seperti menyediakan tempat cuci tangan, menyediakan hand sanitizer, wajib pakai masker dan penyemprotan desinfektan di seluruh bagian hotel baik di dalam maupun di luar bangunan hotel secara berkala.

Imbas dari ketimpangan oleh adanya wabah *Covid-19* ini kunjungan wisatawan nampaknya juga berdampak pada hotel ini, terlihat bahwa beberapa bulan terakhir ini jumlah tamu yang menginap di hotel ini mengalami penurunan jumlah pengunjung yang drastis. Oleh karena itu perusahaan jasa perhotelan harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dan kualitas pelayanan yang baik dalam upaya memahami perilaku konsumen dan mencapai tujuan yaitu mendapatkan konsumen

dan menjadikannya sebagai konsumen potensial.

### 1.2 Rumusan masalah

Adapun rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimanakah Pengaruh Strategi Promosi terhadap Keputusan Tamu Menginap di Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemic *covid-19* saat ini ?
2. Bagaimanakah Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Tamu menginap di Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemic *covid-19* saat ini ?
3. Bagaimanakah Pengaruh Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Tamu menginap di Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemic *covid-19* saat ini

### 1.3 Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh strategi Promosi terhadap keputusan Tamu menginap di hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemic *covid-19* saat ini.
2. Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Tamu menginap di hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemic *covid-19* saat ini.
3. Untuk mengetahui sejauhmana pengaruh strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan terhadap keputusan Tamu menginap di hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan di masa pandemic *covid-19* saat ini.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah:

##### 1. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan dalam mengatasi permasalahan yang sedang terjadi serta membantu dalam pengambilan keputusan terkait keputusan menginap di hotel.

##### 2. Bagi Peneliti

Untuk menambah pengetahuan dan wawasan dalam bidang manajemen pemasaran khususnya pengaruh strategi pemasaran dan kebijakan menetapkan harga terhadap keputusan konsumen menginap di masa pandemi covid-19 saat ini.

##### 3. Bagi Pihak Lain

Dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya sebagai bahan masukan dan pertimbangan, khususnya mengenai masalah strategi pemasaran dan kebijakan penetapan harga terhadap keputusan konsumen menginap.

dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi konsumen. Kualitas pelayanan dalam pengertian tersebut menjelaskan bahwa yang dijunjung tinggi oleh konsumen dinilai dari bagaimana perusahaan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumennya, karena dengan pelayanan tersebut seorang konsumen dapat menilai dan memberikan sebuah kepuasan untuk tetap bertahan atau mencari yang lebih baik lagi”.

#### 2.3 Keputusan Pembelian (Menginap)

Buchari Alma (2016:96) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, physical evidence, people dan process. Sehingga membentuk suatu sikap pada konsumen untuk mengolah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respon yang muncul produk apa yang akan dibeli”.

#### 2.4 Hipotesis

Dengan demikian hipotesis dari penelitian ini adalah:

H1 : Strategi Promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Reddorz Near Hermes Place Polonia Medan.

H2 : Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Reddorz Near Hermes Place Polonia Medan.

H3 : Strategi Promosi dan kualitas pelayanan secara bersamaan berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu

### TINJAUAN TEORITIS

#### 2.1 Strategi Promosi

Strategi Promosi Merupakan salah satu kegiatan yang dimaksudkan untuk menyampaikan informasi produk yang dihasilkan perusahaan kepada pasar sasaran untuk memberi informasi tentang keistimewaan, kegunaan, dan yang paling penting adalah keberadaannya, sehingga dapat mengubah atau mempengaruhi konsumen untuk membeli produk yang dihasilkan tersebut.

#### 2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Nasution (2004:47) yang dikutip dalam Mhd Rusydi (2017:39) “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan

menginap di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan.

**METODE PENELITIAN**

**A. Tempat Dan Waktu Penelitian**

Peneliti ini dilaksanakan di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan yang beralamat di Jln. Sei Petani No.26 kec. Medan Baru. Penelitian menentukan tempat penelitian di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan karena ikut terdampak oleh adanya pandemi covid-19 saat ini. Penelitian ini dilaksanakan terhitung dari perencanaan penelitian, pelaksanaan penelitian, sampai pembuatan laporan penelitian. Penelitian dilaksanakan di bulan Mei 2020 sampai Juli 2020.

**B. Populasi**

Menurut Sugiyono (2017), populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek dan subyek penelitian yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konssumen yang pernah menginap di Hotel RedDoorz Hermes Near Place Polonia Medan yang memakai jasa dan fasilitas dari pihak hotel tersebut.

Pada penelitian ini populasinya sebanyak 150 orang

**C. Sampel**

Menurut Sugiyono (2015:62) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Peneliti menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut yakni konsumen yang pernah melakukan

penginapan di Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan. Dalam penelitian ini sampel yang diambil dengan teknik rancangan sampel *Random Sampling*, yaitu dengan menggunakan acak sederhana.

**D. Defenisi Operasional Variabel**

Variabel Penelitian	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
Strategi Promosi (X1)	Strategi Promosi adalah langkah yang harus diperhitungkan dalam rangkaian aktifitas manajemen pemasaran.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Promosi yang dilakukan melalui media sosial</li> <li>Promosi yang diberikan pada event tertentu</li> <li>Iklan yang dilakukan melalui brosur, website, atau media sosial</li> </ol>	Likert
Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas Pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan	<ol style="list-style-type: none"> <li>Tangibles (bentuk fisik)</li> <li>Reliability (keandalan)</li> <li>Responsiveness (cepat tanggap)</li> <li>Assurance (jaminan)</li> <li>Empaty (empati)</li> </ol>	Likert
Keputusan Pembelian (Y)	keputusan pembelian ialah suatu tindakan atau perilaku konsumen jadi atau tidaknya melakukan suatu pembelian suatu barang atau jasa.	<ol style="list-style-type: none"> <li>Pemilihan Produk/jasa</li> <li>Pemilihan Merek</li> <li>Pemilihan Tempat Penyalur</li> <li>Waktu Pembelian</li> <li>Jumlah pembelian</li> <li>Metode Pembayaran</li> </ol>	Likert

**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 : Strategi Promosi

X2 : Kualitas Pelayanan

a : Konstanta

b : Koefisien

e : Variabel lain yang tidak diteliti

## 4. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan tujuan apakah hasil estimasi regresi terbebas dari bias yang mengakibatkan data tidak valid sehingga regresi tidak dapat digunakan untuk uji hipotesis dan penarikan kesimpulan.

### a. Uji Normalitas

Untuk memastikan terdistribusi normal atau tidak sebuah penelitian digunakan uji normalitas. Pada penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan One Sample Kolmogrov 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 polatitik yang menyebar diatas dan dibawah sumbu Y.

### c. Uji Multikolinieritas

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

Dalam penelitian ini ada tidaknya multikolinieritas ditunjukkan nilai Variance Inflation Factor (VIF) tidak lebih dari 10 dan nilai tolerance mendekati 1.

**5. Hasil pengujian hipotesis**

**a. Hasil Uji –T (Uji Parsial)**

Uji-T bertujuan melihat secara parsial hubungan variable bebas terhadap variable terikat yaitu variabel X (Strategi Promosidan Kualitas Pelayanan) dan Y (keputusan pembelian) secara terpisah atau parsial.

**b. Hasil Uji-F (Uji Simultan)**

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

**C. Hasil Uji koefisien determinan**

$$(R^2)$$

Uji detriminasi bertujuan menentukan persentase total variasi pada variable terikat yang diterangkan oleh variable bebas. Analisis dengan menggunakan Adjusted R Square.

**IV.HASIL DAN PEMBAHASAN**

**A. Hasil Uji Validitas**

Dari hasil pengujian untuk semua kuesioner yang di gunakan menunjukkan bahwa nila r hitung lebih besar dengan nilai r tabel sehingga dapat disimpulkan bahwa semua semua kuesioner tersebut adalah valid.

**B. Hasil Reliabilitas**

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

**Reliability Statistics**

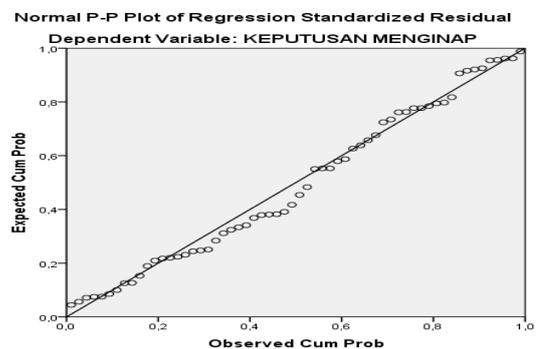
Cronbach's Alpha	N of Items
,728	33

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada variabel Strategi Promosi, variabel Kualitas Pelayanan dan variabel Keputusan Mengingat, seluruhnya menunjukkan nilai *Cronbach Alpha* berada 0,728 lebih besar dari 0,60 berarti kesimpulannya data telah reabel karna Cronbach' Alpha 0,728 lebih dari 0,60.

**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 : *Diolah SPSS V22*

Grafik normal probability plot menunjukkan bahwa data atau titik-titik menyebar di sekitar garis

diagonal yang mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### 2. Hasil Uji Multikolinearitas

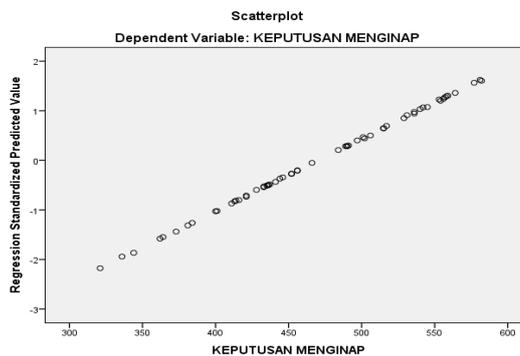
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF	
	1	(Constant)	-2,684			2,066					
	STRATEGI PROMOSI	,509	,087	,127	5,818	,000	,998	,610	,010	,006	171,607
	KUALITAS PELAYANAN	1,748	,044	,874	40,151	,000	1,000	,983	,067	,006	171,607

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENGINAP

Sumber Diolah SPSS V22

Tabel diatas terlihat bahwa nilai VIF lebih dari 10 dan nilai toleransi yang lebih dari 0,1, berarti bahwa tidak terdapat multikolinieritas /kolerasi antar variabel bebas.

### 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber Diolah SPSS V20

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.

### D. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	(Constant)	-2,684	2,066							
STRATEGI PROMOSI	,509	,087	,127	5,818	,000	,998	,610	,010	,006	171,607
KUALITAS PELAYANAN	1,748	,044	,874	40,151	,000	1,000	,983	,067	,006	171,607

Sumber Diolah SPSS V22

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

$$Y = -2,684 + 0,509 X_1 + 1,748 X_2$$

Keterangan: Y = Keputusan Pembelian

X<sub>1</sub> = Strategi Promosi

X<sub>2</sub> = Kualitas Pelayanan

Persamaan analisis regresi linear berganda ini dapat diartikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta-2,684 artinya bahwa konsumen akan melakukan keputusan Menginap walaupun Strategi promosi tidak dilakukan dan kualitas pelayanan tidak diperbaiki
2. Nilai koefisien regresi Strategi promosi (X<sub>1</sub>) sebesar 0,509 artinya jika Strategi promosi naik satu satuan dan variable lainnya tetap maka keputusan Menginap akan naik sebesar 0,509 %.
3. Nilai koefisien regresi kualitas produk (X<sub>2</sub>) sebesar 1,748 artinya jika kualitas produk naik satu satuan dan variable

lainnya tetap maka keputusan pembelian akan naik sebesar 1,748%.

Sumber Diolah SPSS V22

Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung sebesar 181190,719 dengan nilai F tabel = 2,40 dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Hal ini berarti bahwa secara bersama-sama Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Keputusan Mengingat atau  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

## E. Hasil Uji Hipotesis

### 1. Uji t (Uji Parsial)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Tolerance
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	
1 (Constant)	-2,684	2,066		-1,289	,199				
STRATEGI PROMOSI	,509	,067	,127	5,818	,000	,998	,610	,010	,0
KUALITAS PELAYANAN	1,748	,044	,874	40,151	,000	1,000	,983	,067	,0

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENGINAP

Sumber Diolah SPSS V22

- Hasil pengujian dengan SPSS diperoleh untuk variabel  $X_1$  (Strategi Promosi) diperoleh nilai t hitung = 5,818 dengan nilai t tabel sebesar 1,672. Maka keputusan  $H_a$  di terima dan  $H_o$  di tolak karena t hitung lebih besar dari tabel. Tingkat signifikansi 0,000 pada t hitung lebih kecil dari signifikansi yang ditetapkan 0,05 maka keputusan  $H_a$  diterimadan  $H_o$  ditolak dengan demikian hipotesis  $H_a$  diterima.
- Hasil pengujian SPSS diperoleh variabel  $X_2$  (Kualitas Pelayanan) diperoleh nilai t hitung sebesar = 40,151 dengan nilai t tabel = 1,672 maka  $H_a$  di terima dan  $H_o$  di tolak karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Tingkat signifikansi 0,008 lebih kecil dari batas signifikansi 0,05 berarti  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

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

Nilai R pada intinya untuk mengukur seberapa besar hubungan antara independen variabel dengan dependen variabel. Sedangkan nilai R square ( $R^2$ ) atau nilai koefisien determinasi pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. 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.

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				Sig. F Change	Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2		
1	1,000 <sup>a</sup>	1,000	1,000	,874	1,000	181190,719	2	57	,000	1,734

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI PROMOSI

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENGINAP

Sumber Diolah SPSS V22

Hasil perhitungan dengan menggunakan program SPSS V22 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (adjusted  $R^2$ ) yang diperoleh sebesar 1,000. Hal ini berarti 10% Keputusan Mengingat dapat dijelaskan oleh variabel

### 2. Uji F (Uji Simultan )

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	276550,834	2	138275,417	181190,719
	Residual	43,499	57	,763	
	Total	276594,333	59		

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN MENGINAP

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, STRATEGI PROMOSI

Strategi Promosi dan Kualitas Pelayanan sedangkan sisanya yaitu 90% Keputusan Menginap dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang diteliti dalam penelitian ini.

## V. KESIMPULAN DAN SARAN

### A. Kesimpulan

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

1. Variabel Strategi Promosi ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menginap (Y) dengan nilai t hitung sebesar = 5,818 dengan nilai t table sebesar = 1,672
2. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menginap (Y) dengan nilai t hitung = 40,151 dengan nilai t table sebesar = 1,672
3. Variabel Strategi Promosi ( $X_1$ ) dan Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) secara bersamaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Menginap (Y) yang ditunjukkan oleh nilai F hitung = 181190,719 dan F tabel = 2,40

### B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diuraikan di atas, maka disarankan :

1. Kegiatan Strategi Promosi Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan tetap harus didukung oleh sales promotion dan advertising sehingga dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan, dalam hal advertising mungkin akan lebih baik jika mulai

mengembangkan melalui media social seperti facebook, twitter, instagram, dll karna saat ini media social sangat berperan penting didalam kehidupan masyarakat.

2. Pihak Hotel Reddoorz Near Hermes Place Polonia Medan hendaknya terus melakukan perbaikan-perbaikan sesuai dengan masukan dari hasil kuesioner yang diisi oleh para pelanggan agar bias melayani pelanggan dengan lebih baik.
3. Untuk peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan variabel-variabel lain yang mempengaruhi keputusan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Buchari Alma., 2016 Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung.
- Alfabeta Diyatma Jatmika Aris, 2017. "Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Instagram Terhadap keputusan pembelian produk saka bistro dan bar". Jurnal e-Proceeding of Management Vol.4, No.1 April 2017.
- Fandy Tjiptono, Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 2016. *Principles Of Marketing*, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): *Marketing Management*, 15th

- Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Philip,Gary Amstrong.2016 *Prinsip Pemasaran*. Edisi13.Jilid1.Jakarta:Erlangga
- Rusydi, Mhd.2017.Customer Excellent.Yogyakarta: Gosyen Publishing.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta ndi,
- Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Manajemen. Bandung: Alfabeta.
- Tijiptono Fandy, 2015.Strategi Pemasaran. Edisi Empat, Yogyakarta : Andi