

SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI MIDTOWN HOTEL BASUKI RACHMAT SURABAYA



Oleh:

Maria Kharisma Anggun Putri Larasati

201100015

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA
SURABAYA
2024**

“PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI MIDTOWN HOTEL BASUKI RACHMAT SURABAYA”

SKRIPSI

Sebagai Salah Satu Persyaratan
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen



Oleh:

Maria Kharisma Anggun Putri Larasati
201100015

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK DARMA CENDIKA SURABAYA

2024

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Maria Kharisma Anggun Putri Larasati
NPM : 201100015
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen Perhotelan
Judul : Pengaruh *Brand Image*, Harga, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Menginap Di Midtown Hotel Basuki Rachmat Surabaya

Pembimbing

Tanggal: 6 Agustus 2024..



.....
(Dr. Lilik Indrawati, M.M.)

Mengetahui

Ketua Program Studi

Tanggal: 7-8-2024..



.....
(Dr. Thyopolda W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN

**Skripsi yang ditulis oleh Maria Kharisma Anggun Putri Larasati
dengan NPM 201100015**

**Telah diuji pada 5 Agustus 2024
dinyatakan LULUS oleh**


Ketua Tim Penguji



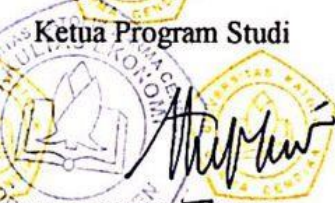
.....
(Dr. Y. Budi Hermanto, M.M.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi


.....
(Dr. Lilik Indrawati, M.M.)

Ketua Program Studi


.....
(Dr. Thyphoida-W.S. Panjaitan, M.M.)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

PENGARUH *BRAND IMAGE*, HARGA, *ELECTRONIC WORD OF MOUTH* (E-WOM), DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI MIDTOWN HOTEL BASUKI RACHMAT SURABAYA

Telah diuji dan dipertahankan dihadapan

Tim Penguji Skripsi\Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika

Jurusan Manajemen

Pada Hari...*Jumat*.....Tanggal...*9*...Bulan...*Agustus*...Tahun 2024

Disusun oleh :

Nama : Maria Kharisma Anggun Putri Larasati

NPM : 201100015

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tim Penguji

Nama Ketua : Dr. Y. Budi Hermanto, M.M.

Anggota : Dr. Thyphoida W.S. Panjaitan,
M.M.

Dr. Lilik Indrawati, M.M.



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi dengan judul “Pengaruh Brand Image, Harga, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Menginap Di Midtown Hotel Basuki Rachmat Surabaya”. Skripsi ini adalah salah satu bagian untuk memenuhi syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana manajemen (S.M) program Strata satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika.

Selama penelitian dan penyusunan laporan penelitian skripsi ini, penulis tidak luput dari banyaknya kendala. Kendala tersebut dapat teratasi dengan baik oleh penulis berkat adanya bantuan, bimbingan, seta dukungan dari berbagai pihak, maka dari itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih sebesar – besarnya kepada:

1. Ibu Dr. Lilik Indrawati, M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Darma Cendika sekaligus Dosen Pembimbing penulis yang telah mengorbankan waktu, tenaga, pikiran, untuk membantu serta memberikan saran kepada penulis dalam menyelesaikan laporan skripsi ini.

2. Ibu Dr. Thyphoida W.S. Panjaitan, M.M. selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Katolik Darma Cendika sekaligus Dosen Penguji II (satu) yang sudah banyak membantu penulis dalam memperbaiki laporan skripsi ini.

3. RD. Dr. Yustinus Budi Hermanto, M.M. selaku Ketua Dosen Penguji yang sudah banyak membantu penulis dalam memperbaiki laporan skripsi ini.

4. Eyang, orang tua, serta saudara saya yang selalu memberikan dukungan dan semangat untuk penulis dalam mengerjakan laporan skripsi.

5. Teman – teman seperjuangan sekaligus sahabat penulis, Joel, Efron, Serena, Welly, Raka, Maylanie, dan Lina yang selalu memberikan dukungan, semangat untuk penulis dalam mengerjakan laporan skripsi.

6. Adelyn Marciella S. sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat untuk penulis dalam mengerjakan laporan skripsi.

7. Jasmine Pauline Jovanca sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat untuk penulis dalam mengerjakan laporan skripsi.

8. Maverick Thalya sahabat penulis yang selalu memberikan dukungan, semangat untuk penulis dalam mengerjakan laporan skripsi.

Surabaya, 01 Agustus 2024



Penulis

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Tidak diperjualbelikan. Harga dan biaya di luar tanggung jawab pengelola perpustakaan. Segala bentuk pelanggaran akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	i
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	x
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Teoritis	4
1.4.2 Manfaat Praktis	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Landasan Teori	5
2.1.1 <i>Brand Image</i>	5
2.1.2 Harga	6
2.1.3 <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i>	7
2.1.4 Kenyamanan	8
2.1.5 Keputusan Menginap	9
2.2 Pengaruh Antar Variabel	9
2.2.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Menginap	9
2.2.2 Pengaruh Harga terhadap Keputusan Menginap	10
2.2.3 Pengaruh <i>Electronic Word Of Mouth (E-WOM)</i> terhadap Keputusan Menginap	10
2.2.4 Pengaruh Kenyamanan terhadap Keputusan Menginap	10
2.3 Penelitian Terdahulu	10
2.3.1 Penelitian Terdahulu 1	10
2.3.2 Penelitian Terdahulu 2	11
2.3.3 Penelitian Terdahulu 3	12
2.3.4 Penelitian Terdahulu 4	13
2.3.5 Penelitian Terdahulu 5	14
2.4 Rerangka Pemikiran	16
2.5 Kerangka Konseptual	17
2.6 Hipotesis	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	18

3.1	Objek Penelitian	18
3.2	Pendekatan Penelitian dan Sumber Data	18
3.3	Variabel Penelitian	18
3.3.1	Variabel Bebas	18
3.3.2	Variabel Terikat	19
3.4	Definisi Operasional Variabel.....	19
3.4.5	Keputusan Menginap (Y)	20
3.5	Populasi dan Sampel	20
3.5.1	Populasi	20
3.5.2	Sampel	20
3.6	Metode dan Teknik Analisis Data.....	20
3.6.1	Metode Pengumpulan Data.....	20
3.6.2	Teknik Analisa Data	21
3.6.3	Analisis Statistik Deskriptif	21
3.6.4	Uji Kuesioner.....	21
3.6.5	Uji Asumsi Klasik	22
3.6.6	Analisis Regresi Linier Berganda.....	23
3.6.7	Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	23
3.6.8	Uji t	24
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		25
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	25
4.2	Struktur Organisasi	26
4.3	<i>Job Description</i>	27
4.3.1	<i>General Manager</i>	27
4.3.2	<i>Executive Housekeeper</i>	27
4.3.3	<i>Assistant Front Office Manager</i>	27
4.3.4	<i>Assistant Chief Engineering</i>	27
4.3.5	<i>Assistant Food & Beverages Manager</i>	28
4.3.6	<i>Sous Chef</i>	28
4.3.7	<i>Chief Accountant</i>	28
4.3.8	<i>Assistant Human Resource Manager</i>	28
4.4	Pembahasan dan Analisa Data	29
4.4.1	Uji Validitas	29
4.4.2	Uji Reliabilitas	29
4.4.3	Uji Asumsi Klasik	30
4.4.4	Uji Analisis Deskriptif	32

4.4.5 Analisis Regresi Linier Berganda.....	39
4.4.6 Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	40
4.4.7 Uji t	40
BAB V PENUTUP	44
4.1 Simpulan	44
5.2 Saran	44
5.2.1 Saran Bagi Midtown Hotel Basuki Rachmat Surabaya	44
5.2.2 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya	44
DAFTAR PUSTAKA.....	45

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya di perguruan tinggi ini yang dapat diakses untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Penelitian Terdahulu – Putri dan Indrawati (2023)	11
Tabel 2.2 Perbedaan Penelitian Terdahulu – Liyono (2022)	12
Tabel 2.3 Perbedaan Penelitian Terdahulu –Khairunnisa, dkk (2021)	13
Tabel 2.4 Perbedaan Penelitian Terdahulu – Yulianti, dan Widagdo (2022)	14
Tabel 2.5 Perbedaan Penelitian Terdahulu – Ischaq, dan Himawan	15
Tabel 3.1 Penilaian Skala <i>Likert</i>	21
Tabel 3.2 Analisis Deskriptif.....	21
Tabel 3.3 Interpretasi Koefisien Korelasi	24
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas variabel <i>Brand Image</i> , Harga, <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM), Kenyamanan, dan Keputusan Menginap	29
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas variabel <i>Brand Image</i> , Harga, <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM), Kenyamanan, dan Keputusan Menginap	30
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas variabel <i>Brand Image</i> , Harga, <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM), Kenyamanan, dan Keputusan Menginap	30
Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas variabel <i>Brand Image</i> , Harga, <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM), dan Kenyamanan.....	31
Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden	32
Tabel 4.6 Usia Responden.....	32
Tabel 4.7 Deskripsi Hasil Responden	33
Tabel 4.8 Hasil Jawaban Kuesioner <i>Brand Image</i> (X1).....	33
Tabel 4.9 Hasil Jawaban Kuesioner Harga (X2)	34
Tabel 4.10 Hasil Jawaban Kuesioner <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM) (X3)	35
Tabel 4.11 Hasil Jawaban Kuesioner Kenyamanan (X4).....	37
Tabel 4.12 Hasil Jawaban Kuesioner Keputusan Menginap (Y)	38
Tabel 4.13 Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda variabel <i>Brand Image</i> , Harga, <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM), dan Kenyamanan	39
Tabel 4.14 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi (R^2) variabel <i>Brand Image</i> , Harga, <i>Electronic Word Of Mouth</i> (E-WOM), dan Kenyamanan	40

Tabel 4.15 Hasil uji t variabel *Brand Image*, Harga, *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), dan Kenyamanan terhadap Keputusan Menginap 40



Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Darma Cendika. Hanya dipergunakan untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk pelanggaran/plagiasi akan dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Pertumbuhan Hotel di Kota Surabaya	1
Gambar 1.2 Data Pengunjung Midtown Hotel Basuki Rachmat Surabaya	1
Gambar 2.1 Rerangka Pemikiran	16
Gambar 2.2 Kerangka Konseptual	17
Gambar 4.1 Tampak Depan Midtown Hotel Basuki Rachmat Surabaya	25
Gambar 4.2 Tipe Kamar Marvelous Room Midtown Hotel Basuki Rachmat Surabaya	26
Gambar 4.3 Stuktur Organisasi	26
Gambar 4.4 Hasil Uji Heteroskedastisitas menggunakan metode <i>Scatter Plot</i>	31
Gambar 4.5 Kurva Uji t pada brand image	41
Gambar 4.6 Kurva Uji t pada harga	41
Gambar 4.7 Kurva Uji t pada <i>electronic word of mouth</i> (E-WOM)	42
Gambar 4.8 Kurva Uji t pada kenyamanan	43

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Dharma Widhi
 untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk penyalangan/pengalihan
 dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.



ABSTRAK

Pariwisata merupakan salah satu kegiatan dimana memiliki tujuan untuk pergi dari tempat biasa mereka hidup. Pariwisata ini memerlukan adanya akomodasi, salah satunya adalah akomodasi penginapan. Surabaya sendiri memiliki beberapa hotel yang dimana seiring dengan berjalannya waktu, pertumbuhan hotel di Surabaya ini semakin banyak, mulai dari hotel bintang 1 hingga hotel bintang 5. Salah satu hotel yang ada di Surabaya ini adalah Midtown Hotel Basuki Rachmat Surabaya dengan bintang 3. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah *brand image*, harga, *electronic word of mouth* (E-WOM), dan kenyamanan berpengaruh terhadap keputusan menginap di Midtown Hotel Basuki Rachmat Surabaya. Penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan pengumpulan data menggunakan kuesioner dan dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 23. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dengan pengambilan teknik sampel menggunakan *purposive sampling*. Berdasarkan dari hasil olah data penelitian ini, menunjukkan bahwa variabel *brand image* dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap, sedangkan variabel *electronic word of mouth* (E-WOM) dan kenyamanan tidak berpengaruh terhadap keputusan menginap.

Kata Kunci : *Brand Image*, Harga, *Electronic Word Of Mouth* (E-WOM), Kenyamanan, Keputusan Menginap



ABSTRACT

Tourism is one activity where the purpose is to travel away from their usual place of residence. Tourism also need some accommodation, one of which is lodging accommodation. Surabaya itself has several hotels where, over time, the growth of hotels in Surabaya has increased, ranging from 1-star to 5-star hotels. One of the hotels in Surabaya is the Midtown Hotel Basuki Rachmat Surabaya, which is a 3-star hotel. The purpose of this research is to determine whether brand image, price, electronic word of mouth (E-WOM), and comfort influence the decision to stay at the Midtown Hotel Basuki Rachmat Surabaya. This research was conducted quantitatively with data collection using a questionnaire and analyzed using SPSS version 23. The sample in this study consisted of 100 respondents selected through purposive sampling. Based on the data analysis results of this research, it shows that the variables of brand image and price significantly influence the decision to stay while electronic word of mouth (E-WOM) and comfort do not influence the decision to stay.

Keywords : Brand Image, Price, Electronic Word Of Mouth (E-WOM), Comfort, Decision to Stay

Karya Ilmiah Milik Perpustakaan Universitas Katolik Driyanti Cendekia Hauranegara
untuk keperluan pendidikan dan penelitian. Segala bentuk penyalinan / reproduksi
dipertanggungjawabkan oleh pengguna. Segala bentuk pelanggaran / penyalahgunaan
dipertanggungjawabkan oleh pengguna. Dituntut sesuai dengan undang-undang yang berlaku.

