



**PENGARUH HARGA DAN *BRAND HERITAGE* TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP DI *HOTEL MELVA BALEMONG AND
RESORT***

(Studi Pada Pelanggan *Hotel Melva Balemong And Resort*)

Skripsi

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata I
Departemen Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Politik**

Universitas Diponegoro

Penyusun :

Nama : Dini Febriani

NIM : 14030118140070

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG**

2022

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA*)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dini Febriani

Nomor Induk Mahasiswa : 14030118140070

Tempat / Tanggal Lahir : Bukittinggi, 03 Februari 2000

Jurusan / Program Studi : Administrasi Bisnis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

Pengaruh Harga dan *Brand Heritage* Terhadap Keputusan Menginap di Hotel Melva Balemong

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Tulisan Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

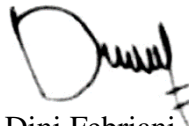
Semarang, 28 November 2022

Mengetahui,
Dosen Pembimbing



Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos., M.Si.
NIP. 197003031994121001

Pembuat Pernyataan,



Dini Febriani
14030118140070

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197603302003122001

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Harga dan *Brand Heritage* Terhadap Keputusan
Menginap Di Hotel Melva Balemong And Resort

Nama : Dini Febriani

NIM : 14030118140070

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata I pada Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Semarang, 18 Desember 2022

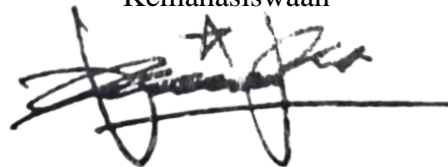
Dekan



Dr. Drs Hardi Warsono, M.T.

NIP. 19640827 199001 1 001

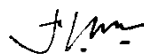
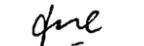
Wakil Dekan Akademik dan
Kemahasiswaan






Dr. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin

NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos.,M.Si. ()
2. Dr. Sari Listyorini S.Sos.,M.AB. ()

Dosen Penguji

1. Dr. Widiartanto S.Sos.,M.AB. ()
2. Dr. Hari Susanta Nugraha S.Sos.,M.Si. ()
3. Dr. Sari Listyorini S.Sos.,M.AB. ()

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Tetaplah berusaha, berdoa dan bekerja keras untuk mencapai impianmu, karena kamu tidak tahu usahamu yang mana yang akan membuahkan hasil”

PERSEMBAHAN

1. Kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, rezeki, kesehatan, kemudahan, kesempatan, dan karunianya yang selalu diberikan kepada saya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan penuh semangat dan kelancaran.
2. Kepada kedua orang tua saya yang sangat saya cintai dan sayangi, papa Murdif dan mama Indra Wati, yang selalu mendoakan saya agar selalu diberikan kelancaran untuk dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Kepada saudara-saudara saya yang sangat saya sayangi dan saya banggakan, Uni Elfi Indra, yang selalu mensupport saya dari awal kuliah sampai akhir, yang selalu membantu biaya perkuliahan selama ini, dan selalu berusaha menjadi uni yang baik untuk adik-adiknya, Sistir Elfa Indra, yang selalu mensupport dan memberikan semangat, memotivasi saya agar cepat lulus, cepat dapat kerja, dan membanggakan kedua orang tua, dan selalu mendengar keluh-kesah selama perkuliahan ini serta ikut membantu biaya perkuliahan selama ini, Sistir Tri Nanda Febriani yang selalu memberikan semangat, dan motivasi saya agar bisa cepat lulus dan cepat

dapat kerja, Brother Rizki Putra semangat bekerja dan mencari cuan ya, dan untuk adek satu-satunya Natasya Ramadhani Novelia, semangat kuliahnya ya dan semoga bisa cepat lulus .

4. Kepada Akbar Firdhaus, yang selalu menjadi Support System selama menyelesaikan skripsi, semangat Tugas Akhirnya semoga selalu dilancarkan dan diberikan kemudahan.
5. Kepada My Best Friend dari awal perkuliahan, Virda Apriliasya Nurifa, Lila Nur Bkti Utami, Nurul Istiqomah, Munifatul Izzati, Sekar Wijayanti, Fika Nadia, Farah Salma, Putri Ananti, Noviana Ratih, Anirotul Hikmah, Dayang Septa, Sindi Hantika, Peni Anggraelin yang sudah banyak membantu selama masa perkuliahan.
6. Kepada BPH Ekobis, Kak Agung, Kak Ayu, Kak Helmi, dan Kak Daffa, yang selalu memotivasi, memberikan semangat dan memberi ilmu untuk dapat berkembang selama di Himpunan.
7. Kepada Temen seperjuangan selama di ekobis, Virda, Lila, Barto, Aci, Caca, Edwin, dan Vito yang telah berjuang bersama-sama untuk berkembang dan saling membantu untuk menyelesaikan proker-proker selama di Himpunan.
8. Kepada Teman kelas awal maba, Shafa Ardita, Aulia Maharani, Tere, Dina Syarifa, Dina Setianingsih, dan Ninda Aulia yang menjadi teman selama awal perkuliahan.
9. Kepada Teman Administrasi Bisnis yang tidak dapat saya sebutkan satu-persatu yang sudah membantu saya selama perkuliahan ini.

PENGARUH HARGA DAN *BRAND HERITAGE* TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI HOTEL MELVA BALEMONG

ABSTRACT

Bisnis perhotelan merupakan salah satu industri yang paling berkembang di tengah persaingan bisnis saat ini, Perkembangan persaingan bisnis hotel yang sangat ketat terutama hotel berbintang yang ada di Kota Semarang, khususnya Hotel Bintang 4, membuat para pengusaha hotel terus berinovasi untuk meningkatkan strategi pemasaran yang tepat melalui faktor harga dan *Brand Heritage*.

Penelitian ini memiliki tujuan guna untuk mengetahui pengaruh harga dan *brand heritage* terhadap keputusan menginap di Hotel Melva Balemong. Penelitian ini memiliki tipe *explanatory research* serta menggunakan teknik pengambilan sampel dengan *non probability sampling* serta *purposive sampling*. Sampel penelitian ini adalah 100 responden yang pernah mengunjungi Hotel Melva Balemong dalam kurun waktu 1 tahun terakhir.

Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif dengan uji validitas dan uji reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, regresi linier sederhana, regresi linear berganda, serta uji sinifikans uji T dan uji F.

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini adalah variabel harga dan *brand heritage* berpengaruh terhadap keputusan menginap di Hotel Melva Balemong. Saran agar perusahaan dapat menetapkan harga yang sesuai dengan pengunjung dan meningkatkan brand heritage agar lebih menarik minat pengunjung sehingga dapat meningkatkan keputusan menginap di Hotel Melva Balemong.

Kata Kunci : Harga, *Brand Heritage* dan Keputusan Menginap.

***The Influence Of Price And Brand Heritage On The Decision
To Stay At Hotel Melva Balemong***

ABSTRACT

The hotel business is one of the most developed industries in the midst of today's business competition. The development of very tight competition in the hotel business, especially star hotels in the city of Semarang, especially 4-star hotels, makes hotel entrepreneurs continue to innovate to improve the right marketing strategy through price factor and Brand Heritage.

This study aims to determine the effect of price and brand heritage on the decision to stay at Hotel Melva Balemong. This research has a type of explanatory research and uses a sampling technique with non-probability sampling and purposive sampling. The sample of this research is 100 respondents who have visited Hotel Melva Balemong in the last 1 year.

The analysis used in this study is quantitative analysis with validity and reliability tests, correlation coefficients, coefficients of determination, simple linear regression, multiple linear regression, as well as significance test t-test and F-test.

The conclusion obtained in this study is that the price and brand heritage variables influence the decision to stay at Hotel Melva Balemong. Suggestions for companies to be able to set prices according to visitors and increase brand heritage to attract more visitors so that they can increase their decision to stay at Hotel Melva Balemong.

Keywords: Price, Brand Heritage and Decision to Stay.

KATA PENGANTAR

Panjatkan puji syukur kepada Allah SWT yang memudahkan proses semua ini dari nihil, sampai pada titik penulisan ini yang berarti proses skripsi sudah berada di akhir penghujung karena ini menjadi salah satu syarat untuk memenuhi Strata 1 Administrasi Bisnis Universitas, yang berjudul “**Pengaruh Harga dan *Brand Heritage* Terhadap Keputusan Menginap Di Hotel Melva Balemong And Resort**” Penulisan skripsi ini tentu banyak melibatkan kerjasama dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan kerendahan hati yang tulus, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih di kesempatan ini kepada pihak yang telah membantu dan mendorong dalam penyelesaian penelitian ini, khususnya kepada:

1. Dr. Hardi Warsono, M.T. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB, selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi ini.
4. Dr. Widiartanto, S.Sos, M.AB, selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk menyusun skripsi.

5. Dr. Hari Susanta Nugraha, M.Si, selaku dosen pembimbing I dan dosen penguji yang telah banyak membantu memberikan arahan dan dorongan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Dr. Sari Listyorini S.Sos.,M.AB, selaku dosen pembimbing II dan dosen penguji yang telah banyak membantu memberikan arahan dan dorongan dalam proses penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, khususnya dosen Departemen Administrasi Bisnis Undip yang telah memberikan ilmu-ilmu baru yang bermanfaat selama proses perkuliahan.
8. Manager Hotel Melva Balemong Bapak Edward Verhoeven atas kesediannya dalam memberikan izin dan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
9. Seluruh responden atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner yang telah saya berikan.

Semarang, 18 Desember 2022

Penulis,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dini Febriani', with a stylized flourish at the end.

Dini Febriani

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI / TA*)..	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	15
1.4 Manfaat Penelitian	15
1.5 Tinjauan Pustaka	17
1.6 Keterkaitan Antar Variabel	58
1.7 Penelitian Terdahulu	60
1.8 Hipotesis.....	61
1.9 Definisi Konseptual.....	63
1.10 Definisi Operasional.....	64
1.11 Metode Penelitian.....	66
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	84
2.1 Sejarah Singkat Perusahaan	84
2.2 Visi, Misi, dan Core Values Perusahaan	85
2.3 Logo Perusahaan	87
2.4 Struktur Organisasi.....	89
2.5 Identitas Perusahaan Hotel Melva Balemong And Resort.....	104
2.6 Fasilitas Hotel Melva Balemong And Resort.....	104
2.7 Harga Room Hotel Melva Balemong	109
2.8 Identitas Responden	110
2.8.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	111

2.8.2	Responden berdasarkan Usia	111
2.8.3	Responden Berdasarkan Pekerjaan	112
2.8.4	Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	112
2.8.5	Responden Berdasarkan Pendapatan	113
2.8.6	Responden Berdasarkan Jumlah Berkunjung ke Hotel Melva Balemong	114
2.8.7	Responden Berdasarkan Sumber Informasi	115
2.8.8	Responden Berdasarkan Cara Pemesanan Hotel	115
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN		117
3.1	Uji Validitas dan Uji reliabilitas	118
3.1.1	Uji Validitas	118
3.1.2	Uji Reliabilitas	123
3.2	Analisis dan Hasil Interpretasi Pengaruh Harga dan <i>Brand Heritage</i> Terhadap Keputusan Menginap	124
3.2.1	Analisis Deskripsi Variabel	124
3.2.2	Deskripsi Variabel Harga	124
3.2.3	Deskripsi Variabel Brand Heritage	137
3.2.4	Deskripsi Variabel Keputusan Menginap	151
3.3	Analisis Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menginap	159
3.3.1	Uji Koefisien Korelasi Harga Terhadap Keputusan Menginap	159
3.3.2	Koefisien Determinasi	160
3.3.3	Analisis Regresi Sederhana	160
3.3.4	Uji t	162
3.4	Analisis Pengaruh <i>Brand Heritage</i> Terhadap Keputusan Menginap	163
3.4.1	Uji Koefisien Korelasi Brand Heritage Terhadap Keputusan Menginap	163
3.4.2	Uji Determinasi (R ²)	164
3.4.3	Uji Regresi Linear Sederhana	165
3.4.4	Uji t	166
3.5	Analisis Pengaruh Harga dan <i>Brand Heritage</i> Terhadap Keputusan Menginap	168
3.6.1	Uji Korelasi Harga dan Brand Heritage Terhadap Keputusan Menginap	168
3.6.2	Koefisien Determinasi (R) ²	169
3.6.3	Regresi Linear Berganda	169
3.6.4	Uji F	171
3.6	Pembahasan	174
3.6.1	Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Menginap	174
3.6.2	Pengaruh Brand Heritage Terhadap Keputusan Menginap	175
3.6.3	Pengaruh Harga dan Brand Heritage Terhadap Keputusan Menginap	176
BAB IV PENUTUP		178

4.1	Kesimpulan	178
4.2	Saran.....	179
	DAFTAR PUSTAKA	181
	Lampiran	186

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Jumlah Pengunjung Hotel Melva Balemong And Resort	8
Tabel 1. 2 Jumlah Hotel, Jumlah Kamar, dan Jumlah Tempat Tidur Hotel Bintang 4 di Kota Semarang Tahun 2016-2021	11
Tabel 1. 4 Penelitian terdahulu	60
Tabel 2. 1 Harga Room Hotel Melva Balemong	110
Tabel 2. 2 Identitas Responden Menurut Jenis Kelamin	111
Tabel 2. 3 Usia Responden	111
Tabel 2. 4 Pekerjaan Responden	112
Tabel 2. 5 Berdasarkan Pendidikan Terakhir	113
Tabel 2. 6 Berdasarkan Pendapatan	113
Tabel 2. 7 Jumlah Berkunjung Ke Hotel	114
Tabel 2. 8 Berdasarkan Sumber Informasi	115
Tabel 2. 9 Cara Pemesanan Hotel	116
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Harga (X1)	119
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Brand Heritage (X2)	121
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel	123
Tabel 3. 4 Deskripsi Variabel Harga	125
Tabel 3. 5 Kategorisasi Interval Harga	136
Tabel 3. 6 Distribusi Kategori Harga	136
Tabel 3. 7 Deskripsi Variabel Brand Heritage	137
Tabel 3. 8 Kategorisasi Interval <i>Brand Heritage</i>	150
Tabel 3. 9 Distribusi Kategori Brand Heritage	150
Tabel 3. 10 Deskripsi Variabel Keputusan Menginap	151
Tabel 3. 11 Kategorisasi Interval Keputusan Menginap	158
Tabel 3. 12 Distribusi Kategorisasi Keputusan Pembelian	158
Tabel 3. 13 Hasil Uji Korelasi Harga terhadap Keputusan Menginap	159
Tabel 3. 14 Regresi Linear Sederhana antara Harga terhadap Keputusan Pembelian	161
Tabel 3. 15 Hasil Uji Korelasi <i>Brand Heritage</i> terhadap Keputusan Menginap	164
Tabel 3. 16 Regresi Linear Sederhana antara Brand Heritage terhadap Keputusan Menginap	165
Tabel 3. 17 Hasil Uji Korelasi Harga dan <i>Brand Heritage</i> terhadap Keputusan Menginap	168
Tabel 3. 18 Hasil Uji Regresi Linier Berganda Harga dan <i>brand heritage</i> terhadap Keputusan Menginap	170
Tabel 3. 19 Uji F Pengaruh Harga dan <i>Brand Heritage</i> Terhadap Keputusan Menginap	171
Tabel 3. 20 Tabel Ringkasan Hasil Uji Hipotesa	174

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Model Perilaku Konsumen Jasa	22
Gambar 1. 2 Elemen kunci Brand Heritage	58
Gambar 2. 1 Logo Hotel Melva Balemong.....	88
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Hotel Melva Balemong	90
Gambar 2. 3 Kamar Type Royal Suite	104
Gambar 2. 4 Kamar Type Family Suite	105
Gambar 2. 5 Kamar Type Suite	105
Gambar 2. 6 Kamar Type Executive Suite	106
Gambar 2. 7 Kamar Type Family Suite	106
Gambar 2. 8 Kamar Type Deluxe Suite.....	107
Gambar 2. 9 Kamar Type Standard	107
Gambar 2. 10 Fasilitas Swimming Pool	108
Gambar 2. 11 Fasilitas Wellness Center	109
Gambar 2. 12 Fasilitas Jogging Track	109
Gambar 3. 1 Uji t (one tail) Variabel Harga terhadap Keputusan Pembelian.....	163
Gambar 3. 2 Uji t (one tail) Variabel <i>Brand Heritage</i> terhadap Keputusan Menginap	167
Gambar 3. 3 Pengujian Hipotesis dengan F-Test antara Harga dan <i>Brand Heritage</i> terhadap Keputusan Menginap	173

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Izin Penelitian	186
Lampiran 2. Kuesioner Penelitian.....	187
Lampiran 3. Tabel Induk.....	193
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas	196
Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas	199
Lampiran 6. Hasil Uji Korelasi dan Determinasi.....	200
Lampiran 7. Hasil Uji Regresi Sederhana.....	201
Lampiran 8. Hasil Uji Regresi Berganda.....	202
Lampiran 9. Hasil Uji F	202