

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Harga , Lokasi , Promosi , dan Pelayanan terhadap keputusan menginap baik secara simultan dan parsial pada konsumen Hotel Sinar Kabor Maumere. Penelitian ini dilakukan di Hotel Sinar Kabor di mana populasi dalam penelitian ini ada seluruh tamu yang menginap di Hotel Sinar Kabor dengan teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *nonprobability sampling* dengan teknik *icidental sampling* yaitu pengambilan sampel berdasarkan kebetulan, siapa saja yang di rasa cocok sebagai sumber data dengan jumlah responden 98 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kusioner, teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis linear berganda dengan menggunakan program IBM SSPS 20. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) variabel harga, lokasi, promosi, dan pelayanan berpengaruh secara simultan atau bersama-sama terhadap keputusan menginap di hotel sinar kabor. 2) Variabel harga dan promosi berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menginap di hotel sinar kabor , sedangkan variabel lokasi dan pelayanan tidak berpengaruh secara parsial terhadap keputusan menginap di hotel sinar kabor.

Keywords : Harga , lokasi , promosi , pelayanan , keputusan menginap.

ABSTRACT

This study aims to determine the price, location, promotion, and service of the decision to stay both simultaneously and partially on Sinar Kabor Maumere hotel consumers. This research was conducted at the Sinar Kabor Maumere hotel where the population in this study were all hotel guests staying at hotel rays collaborating with the technique used in this study in nonprobability sampling incidental sampling technique that is sampling based on convenience, anyone who happens to feel suitable as a source of data with number of 98 respondents. Use in this research is multiple linear regression analysis using the IBM SPSS 20. The results of this study show that: 1) variable price, location, promotion, and service simultaneously or jointly influence the decision to stay at Sinar Kabor hotel 2) variable price and promotion have a partial effect on the decision to stay at Sinar Kabor hotel, whereas for location and service variables do not partially influence the decision to stay at Sinar Kabor hotel.

Keywords : Price, location, promotion, services and stay decisions.