

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Lokasi Terhadap Minat Pengunjung Hotel Oriza di Surabaya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu penelitian yang menitik beratkan pada pengujian hipotesis dengan alat analisis statistik dan menghasilkan kesimpulan yang dapat digeneralisasikan. Sampel responden pada penelitian ini menggunakan metode *non probability sampling*. Sedangkan metode pengambilan sampling ini menggunakan metode *accidental sampling* dengan data yang dikumpulkan melalui kuesioner pada 102 tamu Hotel Oriza di Surabaya. Alat uji yang digunakan adalah teknik analisis regresi linier berganda dengan *software* IBM SPSS 26. Analisis instrumen dalam penelitian ini adalah Validitas, Reabilitas, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear berganda, Koefisien Determinasi, Uji t dan Uji f. setelah dilakukan pengujian atas hipotesis yang diajukan, maka hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Pengunjung dengan nilai thitung sebesar  $4,397 > t_{tabel} 1,98350$  dan nilai sig  $0,000 < 0,05$ . Variabel Persepsi Harga secara parsial memiliki pengaruh negatif dan signifikan dengan terhadap Minat Pengunjung dengan nilai thitung  $-2,759 < t_{tabel} 1,98350$  dan nilai sig  $0,007 < 0,05$ . Variabel Lokasi secara parsial memiliki pengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap Minat Pengunjung dengan nilai thitung  $1,957 < t_{tabel} 1,98350$  dan nilai sig  $0,053 > 0,05$ . Dan nilai uji F pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai f hitung sebesar  $13,203 > f_{tabel} 2,696$  dengan tingkat signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  yang artinya ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Lokasi secara simultan mempengaruhi Minat Pengunjung.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Lokasi, Minat Pengunjung.**

## **ABSTRACT**

*This research is done to find out the influence of Service Quality, Price Perception, and Location toward the visitors interest in Oriza Hotel Surabaya by applying a quantitative approach in which it focuses on the hypothesis test using statistics analysis instrument and resulting a conclusion which could be generalized. This research applies non probability sampling method in case of respondent sampling. While in case of the sampling method, accidental sampling method is applied by collecting some data from the questionnaire given to 102 guests at Oriza Hotel in Surabaya. Double linear regression analysis technique using IBM SPSS 26 Software is applied as the test instrument. The instrument analysis in this research are Validity, Reability, Classical Assumption Test, Double Linear, Determination Coefficient, T Test and F Test. After testing upon the proposed hypothesis carried out, the result indicates that Service Quality variable partially has positive and significant influence toward the visitors interest with the score of T calculation as much as 4,397 > T table as much as 1,98350 and score of sig as much as 0,000 < 0,05. Price Perception variable partially has negative and significant influence toward the visitors interest which indicated the score T calculation as much as -2,759 < T table as much as 1,98350 and the score of sig as 0,007 < 0,05. Location variable partially has negative influence and it is not significant toward the visitors interest that indicated score of T calculation as much as 1,957 < T table as much as 1,98350 and score of sig as much as 0,053 > 0,05. And F test score toward this research indicates that F calculation score is as much as 13,203 > F table as much as 2,696 with significance level as much as 0,000 < 0,05 which mean the three variables namely Service Quality, Price Perception and Location simultaneously influence the Visitors Interest.*

**Keyword : Service Quality, Price Perseption, Location, Visitors Interest.**