



## Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas dan kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot

Zengga<sup>1</sup>, Adinoto Nursiana<sup>2</sup> Chondro Suryono<sup>3</sup>

<sup>1</sup> Politeknik Negeri Padang

<sup>2</sup> Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta

<sup>3</sup> Sekolah Tinggi Pariwisata Trisakti Jakarta

email : [zengga@pnp.ac.id](mailto:zengga@pnp.ac.id)

### ABSTRAK

Penelitian ini berawal dari pengamatan peneliti terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot yang mengalami penurunan dari bulan ke bulan, ini diduga oleh keputusan pembelian jasa kamar oleh konsumen tidak stabil. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian Jasa Kamar Di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot.

Penelitian ini berjenis asosiatif kausal, populasi dalam penelitian ini adalah semua tamu yang telah menginap di Hotel Ibis Budget Daan Mogot. Teknik pengambilan sampel adalah *non probability sampling*, dengan menggunakan sampel *incidental* yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel dengan kategori cocok sebagai sumber data. Jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner (angket) dengan menggunakan skala Likert yang telah teruji validitas dan reliabilitasnya.

Berdasarkan hasil total capaian responden tentang penilaian terhadap Lokasi, Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan yang dilakukan oleh pihak Ibis Budget Jakarta Daan Mogot termasuk dalam kategori kurang karena diperoleh nilai TCR sebesar 66%. Berdasarkan hasil total capaian responden terhadap keputusan pembelian di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot diperoleh nilai TCR sebesar 69% ini termasuk dalam kategori kurang. Pengaruh Lokasi, Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan terhadap keputusan pembelian di Ibis Budget Jakarta Daan Mogot sebesar 65,5 % dan lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dikarenakan diperoleh nilai Sig 0.000 >0.05.

**Kata kunci : Lokasi, Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian**

### ABSTRACT

*This research started from the researcher's observation of the room occupancy rate at the Ibis Budget Jakarta Daan Mogot Hotel which has decreased from month to month, presumably due to the unstable consumer purchasing decisions for room. The purpose of this research is to determine the effect of location, price, facilities, quality of service with the decision to purchase room services at the Ibis Budget Hotel Jakarta Daan Mogot.*

*This study is a causal associative type, the population in this study are all guests who have stayed at the Ibis Budget Daan Mogot Hotel. The sampling technique is non-probability sampling, using incidental samples, that is, anyone who happens to meet the researcher can be used as a sample. with a suitable category as a data source. The number of samples in this study amounted to 100 people. The data collection technique was carried out using a questionnaire (questionnaire) using a Likert scale that had been tested for validity and reliability.*

*Based on the results of the total respondents' achievements regarding the assessment of Location, Price, Facilities, Quality of Service carried out by Ibis Budget Jakarta Daan Mogot, it is included in the poor category because the TCR value is 66%. Based on the results of the total respondents' achievements on purchasing decisions at the Ibis Budget Hotel Jakarta Daan Mogot, the TCR value of 69% is included in the lower category. The influence of Location, Price, Facilities, Quality of Service on purchasing decisions at Ibis Budget Jakarta Daan Mogot is 65.5% and location, price, facilities, service quality have a positive and significant effect on purchasing decisions, this is because the Sig value  $0.000 > 0.05$ .*

**Keywords Words: Location, Price, Facilities, Quality of Service, Purchase Decision**

---

## PENDAHULUAN

Saat ini, jasa perhotelan ini sangat diperlukan guna menggairahkan dan mendorong industri pariwisata dimasa yang akan datang, sebab kebutuhan akan jasa perhotelan untuk akomodasi sangat diperlukan dan merupakan suatu peluang pasar yang harus dikelola secara efektif. “Jasa perhotelan adalah salah satu bentuk perdagangan yang menyediakan jasa penginapan, pertemuan, makanan dan minuman serta penunjang jasa lainnya yang dikelola secara komersial” [1]. “Hotel adalah suatu perusahaan yang dikelola oleh pemiliknya dengan menyediakan pelayanan makanan, minuman dan fasilitas kamar untuk tidur kepada orang-orang yang melakukan perjalanan dan mampu membayar dengan jumlah yang wajar sesuai dengan pelayanan yang diterima tanpa adanya perjanjian khusus”[2]. “Bisnis perhotelan tidak hanya tergantung pada tingkat kunjungan wisatawan, namun juga dipengaruhi oleh kegiatan-kegiatan *convention* dan *meeting* yang dilakukan oleh institusi lain yang berpengaruh terhadap tingkat penjualan kamar dalam bisnis perhotelan” [2]. keputusan pembelian adalah: “*A decision is the selection an action from two or more alternative choices*”[3]. Artinya adalah, “seseorang yang melakukan pemilihan terhadap alternatif yang ada. pemilihan itu didasarkan pada karakteristik dan proses pengambilan keputusan itu diambil, agar dapat merancang dan menyediakan faktor-faktor pendorong yang menunjang keputusan pembelian dimana kemungkinan besar jika konsumen merasa tidak puas, maka ia akan meninggalkan hotel tersebut” [3].

Hotel Ibis Budget Daan Mogot ini terletak di Jakarta Barat tepatnya di Jalan Daan Mogot No.50B, dimana pada daerah ini banyak sekali hotel budget yang sangat menjadi pesaing hotel ini seperti hotel Amaris Grogol, Amaris Season City, hotel 88 Grogol dan Grand Cokro sehingga tamu bisa lebih banyak pilihan untuk menginap, sehingga hotel di daerah Jakarta barat ini bersaing sangat ketat baik itu dari segi lokasi hotel, promosi yang dilakukan, harga, fasilitas hotel serta kualitas pelayanan.

“Lokasi mempunyai kekuatan untuk mensukseskan ataupun menghancurkan strategi perusahaan [4]. oleh karena itu, penyedia jasa harus benar-benar mempertimbangkan, menyeleksi dan memilih lokasi yang responsive terhadap kemungkinan perubahan ekonomi, demografis, budaya, persaingan dan peraturan di masa yang akan datang” [5]. Hal yang lain dapat ditemui dalam *guest comment* tamu pada tanggal 12 Desember 2016, yaitu mengenai harga kamar, dimana terbagi dua macam harga kamar yaitu harga kamar hotel pada *weekend* lebih mahal sementara kamar hotel pada *weekday* cenderung lebih murah. harga adalah “nilai yang disebutkan dalam rupiah dan sen atau medium moneter lainnya sebagai alat tukar”, “harga juga bisa diartikan sebagai jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya” [6].

Hal lain juga yang ditemui dalam *guest comment* tamu yaitu mengenai fasilitas, dimana pada dasarnya hotel ini bersifat *budget hotel*, jadi tidak memiliki fasilitas pendukung lainnya seperti kolam berenang, fitness centre, bar dan *restaurant*. Berikut ada beberapa *comment* dari tamu mengenai fasilitas yaitu diantaranya pada tanggal 26 Oktober 2016 “*lumayan memuaskan tapi area parkirnya kecil*” hal lainnya adalah pada tanggal 3 Desember 2016 “*cukup puas, tapi kalo bisa sediakan restaurant agar tidak perlu pesan makanan dari luar*” fasilitas adalah “penyediaan perlengkapan-perengkapan fisik untuk memberikan kemudahan kepada para tamu dalam melaksanakan aktivitas-aktivitasnya atau kegiatan-kegiatannya, sehingga kebutuhan tamu dapat terpenuhi selama tinggal dan menginap di hotel tersebut” [5]. Masalah lainnya yang ditemukan di hotel ini adalah mengenai kualitas pelayanan yang dilakukan karyawan kepada tamu tidak seperti yang diharapkan oleh tamu, “2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu layanan yang diharapkan (*expected service*) dan layanan yang diterima (*perceived service*) apabila layanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas layanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal, tetapi sebaliknya jika layanan yang diterima atau dirasakan lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk” [7].

Berdasarkan hasil observasi, telah ditemui beberapa masalah seperti lokasi hotel ini yang sangat berdekatan dengan para hotel pesaing yang sejenis/ selevel, harga yang ditawarkan juga berbeda beda pada saat *weekdays* dan *weekend*. Fasilitas hotel ini juga dirasa sangat kurang dimana tidak tersedia *restaurant* serta area parkir yang terbilang cukup kecil dengan total kamar yang banyak serta hal lainnya adalah tentang kualitas pelayanan, dimana sering terjadi tamu *complaint* akibat pelayanan yang kurang baik dan ramah dari staf hotel.

## **METODOLOGI**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian asosiatif kausal yaitu untuk mengetahui pengaruh antar variabel. asosiatif-kausal adalah penelitian yang mencari hubungan antara dua variabel atau lebih [8]. penelitian ini menggunakan metode *survey* berupa angket penelitian yang disebarkan kepada sampel. Teknik dalam melakukan banyak sampel penelitian ini menggunakan metode *sampling incidental*. *sampling incidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data [9]. jadi sampel dalam penelitian ini adalah semua tamu yang pernah menginap di hotel Ibis Budget Daan Mogot yang telah ditetapkan 100 sampel. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500” [8]. Pengumpulan data dengan cara penyebaran angket berupa kuesioner dan memberikan lima pilihan jawaban adapun pilihan tersebut adalah sangat tidak setuju, tidak setuju, cukup setuju, setuju, dan sangat setuju, melalui uji validitas dan reliabilitas lalu menggunakan analisis regresi linear berganda dalam menentukan besar pengaruh antar variabel X dan Y.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **A. Hasil Penelitian**

#### **1. Deskripsi Data**

Penelitian ini terdiri dari lima variabel yaitu, variabel lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan dan keputusan pembelian data-data ini diperoleh dari instrument angket yang diisi oleh responden yang pernah menginap di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot,:

**Tabel. 1 Deskripsi TCR tentang Lokasi**

NO	Kategori										Total Skor	Rerata	TCR %	Kategori
	SS		S		CS		TS		STS					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
1	13	13	37	37	24	24	23	23	3	3	334	3.34	67	Kurang
2	8	8	43	43	19	19	29	29	1	1	328	3.28	66	Kurang
3	11	11	45	45	18	18	26	26		0	341	3.41	68	Kurang
4		0	29	29	22	22	31	31	18	18	262	2.62	52	Sangat Kurang
5		0	36	36	19	19	32	32	13	13	278	2.78	56	Sangat Kurang
6		0	27	27	21	21	34	34	18	18	257	2.57	51	Sangat Kurang
7	16	16	59	59	14	14	11	11		0	380	3.80	76	Cukup
8		0	31	31	22	22	41	41	6	6	278	2.78	56	Sangat Kurang
9	22	22	39	39	23	23	12	12	4	4	363	3.63	73	Cukup
10	26	26	37	37	20	20	14	14	3	3	369	3.69	74	Cukup
											3.19	64	Kurang	

Berdasarkan tabel di atas variabel lokasi di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot. Keseluruhan variabel dengan rata-rata tingkat capaian responden 3,19 jumlah nilai 64 kategori kurang data ini menggambarkan bahwa variabel lokasi hotel di Ibis Budget Jakarta Daan Mogot masih berada dalam kategori kurang. Berdasarkan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa tamu banyak yang complaint dikarenakan akses dari bandara ke hotel tersebut sering macet.

**Tabel. 2 Deskripsi DataTCR Variabel Harga**

NO	Kategori										Total Skor	Rerata	TCR %	Kategori
	SS		S		CS		TS		STS					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
1		0	23	23	28	28	34	34	15	15	259	2.59	52	Sangat Kurang
2		0	23	23	25	25	34	34	18	18	253	2.53	51	Sangat Kurang
3	20	20	57	57	18	18	5	5		0	392	3.92	78	Cukup
4		0	19	19	20	20	41	41	20	20	238	2.38	48	Sangat Kurang
5	17	17	36	36	29	29	14	14	4	4	348	3.48	70	Sangat Kurang
6	20	20	41	41	28	28	10	10	1	1	369	3.69	74	Cukup
7	22	22	36	36	27	27	12	12	3	3	362	3.62	72	Cukup
8	1	1	22	22	36	36	21	21	20	20	263	2.63	53	Sangat Kurang
9		0	8	8	48	48	35	35	9	9	255	2.55	51	Sangat Kurang
10	16	16	44	44	26	26	13	13	1	1	361	3.61	72	Cukup
											3.10	62	Kurang	

Berdasarkan tabel di atas variabel harga di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot. Keseluruhan variabel dengan rata-rata tingkat capaian responden 3,10 jumlah nilai 62 kategori kurang data ini menggambarkan bahwa variabel harga hotel di Ibis Budget Jakarta Daan Mogot masih berada dalam kategori kurang. Berdasarkan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa tamu menganggap harga kamar di hotel ini cukup mahal.

**Tabel 3. Deskripsi Data TCR tentang Fasilitas**

NO	Kategori										Total Skor	Rerata	TCR	Kategori
	SS		S		CS		TS		STS					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
1	18	18	55	55	16	16	10	10	1	1	379	3.79	76	Cukup
2	20	20	44	44	26	26	10	10		0	374	3.74	75	Cukup
3	19	19	29	29	25	25	25	25	2	2	338	3.38	68	Kurang
4	13	13	34	34	29	29	19	19	5	5	331	3.31	66	Kurang
5	10	10	22	22	33	33	23	23	12	12	295	2.95	59	Sangat Kurang
6	11	11	54	54	21	21	14	14		0	362	3.62	72	Cukup
7	18	18	46	46	24	24	12	12		0	370	3.70	74	Cukup
8	14	14	53	53	27	27	6	6		0	375	3.75	75	Cukup
9	4	4	20	20	13	13	54	54	9	9	256	2.56	51	Sangat Kurang
10	12	12	47	47	29	29	12	12		0	359	3.59	72	Cukup
												3.44	69	Kurang

Berdasarkan tabel di atas variabel fasilitas di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot, Keseluruhan variabel dengan rata-rata tingkat capaian responden 3,44 jumlah nilai 69 kategori kurang menggambarkan bahwa variabel fasilitas hotel di Ibis Budget Jakarta Daan Mogot masih berada dalam kategori kurang. Berdasarkan hasil tersebut tamu menganggap fasilitas yang di sediakan di hotel ini masih kurang sehingga para tamu kurang puas apabila menginap di hotel ini.

**Tabel 4. Data TCR Variable Kualitas Pelayanan**

NO	Kategori										Total Skor	Rerata	TCR	Kategori
	SS		S		CS		TS		STS					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
1	4	4	36	36	42	42	13	13	5	5	321	3.21	64	Kurang
2	6	6	46	46	29	29	18	18	1	1	338	3.38	68	Kurang
3	10	10	36	36	36	36	16	16	2	2	336	3.36	67	Kurang
4	17	17	49	49	27	27	6	6	1	1	375	3.75	75	Cukup
5	0	0	15	15	16	16	58	58	11	11	235	2.35	47	Sangat Kurang
6	3	3	42	42	39	39	15	15	1	1	331	3.31	66	Kurang
7	4	4	37	37	43	43	12	12	4	4	325	3.25	65	Kurang
8	9	9	34	34	35	35	16	16	6	6	324	3.24	65	Kurang
9	10	10	52	52	30	30	7	7	1	1	363	3.63	73	Cukup
10	5	5	24	24	51	51	17	17	3	3	311	3.11	62	Kurang
11	17	17	57	57	15	15	10	10	1	1	379	3.79	76	Cukup
12	19	19	46	46	24	24	11	11		0	373	3.73	75	Cukup
13	16	16	55	55	16	16	11	11	2	2	372	3.72	74	Cukup
14	19	19	52	52	20	20	8	8	1	1	380	3.80	76	Cukup
15	23	23	47	47	21	21	5	5	4	4	380	3.80	76	Cukup
												3.43	69	Kurang

Berdasarkan tabel di atas variabel kualitas pelayanan di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot, dengan rata-rata tingkat capaian responden 3,43 jumlah nilai 69 pada kategori kurang. Ini menggambarkan bahwa variabel kualitas di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot masih berada

dalam kategori kurang. Berdasarkan hasil tersebut tamu menganggap kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak karyawan hotel belum sesuai dengan harapan para-para tamu.

**Tabel 5. Deskripsi TCR Variabel Keputusan Pembelian**

NO	Kategori										Total Skor	Rerata	TCR %	Kategori
	SS		S		CS		TS		STS					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
1	7	7	38	38	34	34	21	21	0	0	331	3.31	66	Kurang
2	15	15	41	41	25	25	19	19	0	0	352	3.52	70	Cukup
3	13	13	57	57	19	19	11	11	0	0	372	3.72	74	Cukup
4	7	7	60	60	19	19	14	14	0	0	360	3.60	72	Cukup
5	15	15	36	36	34	34	15	15	0	0	351	3.51	70	Cukup
6	7	7	41	41	39	39	10	10	3	3	339	3.39	68	Kurang
7	11	11	31	31	42	42	13	13	3	3	334	3.34	67	Kurang
8	9	9	41	41	30	30	19	19	1	1	338	3.38	68	Kurang
												3.47	69	Kurang

Berdasarkan tabel tingkat capaian responden variabel keputusan pembelian di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot, keseluruhan variabel dengan rata-rata tingkat capaian responden 3,47 jumlah nilai 69 pada kategori kurang. Berdasarkan hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa hotel ini sangat dekat dari bandara sehingga tamu memilih untuk tidak menginap di hotel dan mungkin lebih baik pulang ke kota nya masing-masing.

## 2. Pengujian Hipotesis

**Tabel 7. Uji F ANOVA<sup>b</sup>**

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	2684.087	4	671.022	45.062	.000 <sup>a</sup>
1 Residual	1414.663	95	14.891		
Total	4098.750	99			

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, HARGA, FASILITAS

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

Dari hasil uji Anova di atas, diperoleh nilai Sig 0,000 < 0.05 maka Ha diterima. Artinya, variabel Lokasi, Harga, Fasilitas, Kualitas Pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian jasa kamar di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot. Dengan kata lain tanpa adanya strategi lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan yang baik akan mengakibatkan rendahnya keputusan pembelian tamu di hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot.

**Tabel 8. Koefisien Determinasi Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.809 <sup>a</sup>	.655	.640	3.85891

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, LOKASI, HARGA, FASILITAS

Dari Tabel diatas dapat dibaca bahwa nilai R square ( $R^2$ ) adalah 0,655 artinya 65,5% variasi yang terjadi terhadap tinggi atau rendahnya keputusan pembelian disebabkan variasi lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan sedangkan sisanya (35,5%) ditentukan oleh variabel lain yang belum diteliti.

## B. Pembahasan

Berdasarkan hasil pengolahan data yang dilakukan dari keempat variabel diantaranya terdapat 3 pengaruh yang positif dan ada satu variabel yang negatif dan semua variabel signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian ini diperoleh kesimpulan bahwasanya Pihak hotel Ibis Budget Daan Mogot masih perlu untuk meningkatkan supaya tamu memilih hotel tersebut sebagai sarana tempat penginapan. “Pemasaran mempunyai fungsi yang amat penting dalam mencapai keberhasilan perusahaan” [10]. Dalam mencapai keberhasilan pemasaran, setiap perusahaan perlu menyusun strategi pemasaran yang efektif dengan mengkombinasikan elemen-elemen dalam bauran pemasaran, juga untuk mempertahankan pelanggan [11]. “Dalam bauran pemasaran (*marketing mix*) terdapat variable-variabel yang saling mendukung satu dengan yang lainnya yang kemudian oleh perusahaan digabungkan untuk memperoleh tanggapan-tanggapan yang diinginkan didalam pasar sasaran” [12]. “Dengan perangkat tersebut perusahaan dapat mempengaruhi permintaan akan produknya “Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasarannya dipasar sasaran”[12].

Pengaruh lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian Untuk melihat apakah signifikansi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan uji Anova untuk menjawab hipotesis yang digunakan pada penelitian ini. Dari hasil uji Anova yang telah dilakukan, diperoleh nilai Sig  $0,000 < 0.05$  maka  $H_a$  diterima. Artinya, lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap keputusan pembelian jasa kamar di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot adapun nilai kontribusi pengaruh antara variabel lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan dengan keputusan pembelian sebesar 65.5%. Dengan kata lain tanpa adanya strategi bauran pemasaran yang baik akan mengakibatkan rendahnya keputusan pembelian jasa kamar di hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot dikarenakan lokasi, harga, fasilitas kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di Hotel Ibis Budget Jakarta daan mogot. Dengan kontribusi pengaruh yang besar (65,5%) faktor harga, lokasi, fasilitas dan kualitas pelayanan harus menjadi perhatian khusus bagi manajemen Hotel Ibis Budget Jakarta daan mogot, dimana mayoritas konsumen menilai faktor-faktor tersebut masih belum baik di implementasikan oleh hotel.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, maka dapat disimpulkan.

1. Berdasarkan hasil Total Capaian Responden tentang penilaian terhadap lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak Ibis Budget Jakarta Daan Mogot termasuk dalam kategori kurang karena diperoleh nilai TCR sebesar 66% .
2. Berdasarkan hasil total capaian responden terhadap keputusan pembelian di Hotel Ibis Budget Jakarta Daan Mogot diperoleh nilai TCR sebesar 69% ini termasuk dalam kategori kurang.
3. Pengaruh lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Ibis Budget Jakarta Daan Mogot sebesar 65,5 % dan lokasi, harga, fasilitas, kualitas pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian hal ini dikarenakan diperoleh nilai Sig  $0.000 > 0.05$  .

## DAFTAR PUSTAKA

- [1] Budi, *Manajemen marketing perhotelan*. Yogyakarta: CV. Andi, 2013.
- [2] A. Sulastiyono, “Manajemen penyelenggaraan hotel: seri manajemen usaha jasa sarana pariwisata dan akomodasi,” *Bandung Alf.*, 2011.
- [3] L. Schiffman and L. Kanuk, *Perilaku Konsumen*, Edisi ketu. Jakarta: PT. Index Gramedia, 2014.
- [4] Wira Novrilla Ananda Putri and Y. Abrian, “PENGARUH HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMAR DI GRAND ROYAL DENAI HOTEL BUKITTINGGI Wira Novrilla Ananda Putri, Youmil Abrian Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata Dan Perhotelan Universitas Negeri Padang E-mail : wir,” *J. Pendidik. Dan Kel.*, vol. 10, no. 1, pp. 116–128, 2018, doi: 10.1017/CBO9781107415324.004.
- [5] P. and G. A. Kotler, *Principle of Marketing*, Global. New Jersey: Pearson, 2017.
- [6] K. Amstrong Gary, *Dasar-dasar Pemasaran*, 9th ed. Jakarta: Erlangga, 2016.
- [7] F. Tjiptono and G. Chandra, “Service, Quality & Satisfaction,” in *Edisi 4*, 2011.
- [8] D. Sugiyono, *Metode penelitian kuatintatif, kualitatif dan R & D / Sugiyono*. 2018.
- [9] S. Arikunto, *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. 2017.
- [10] H. N. Utami, I. Fauzi, and A. Firdaus, “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Perilaku Online Shopping : Perspektif Pemasaran Agribisnis,” *J. ecode mica*, vol. 2, no. 1, pp. 136–146, 2018, [Online]. Available: <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ecodemica/article/view/3407>.
- [11] H. Hermawan, “ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN, KEPUASAN DAN LOYALITAS KONSUMEN DALAM PEMBELIAN ROTI CERIA DI JEMBER,” *J. Manaj. dan bisnis Indonesia.*, vol. 1, no. 2, pp. 143–161, 2015, doi: DOI: <https://doi.org/10.32528/jmbi.v1i2.21>.
- [12] P. Kotler and G. Amstrong, *Manajemen Pemasaran (Prinsip-prinsip manajemen pemasaran)*, 12th ed. Jakarta, 2012.