

## ABSTRAK

Nama: **BARO APRI LIGIA**, NIM: 131401470, Judul Skripsi: **Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama Pandeglang.**

Strategi pemasaran diarahkan untuk meningkatkan kemungkinan atau frekuensi perilaku konsumen, seperti peningkatan kunjungan pada hotel tertentu atau pembelian produk tertentu. Hal ini dapat dicapai dengan mengembangkan dan menyajikan pemasaran yang diarahkan pada pasar sasaran yang dipilih. *Marketing mix* digunakan dalam strategi pemasaran sebagai suatu cara untuk mempengaruhi konsumen agar mau bertindak membeli suatu *product* atau *service*, termasuk produk industri jasa (*hospitality*).

Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah (1) Bagaimana pengaruh produk terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama? (2) Bagaimana pengaruh harga terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama? (3) Bagaimana pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama? (4) Bagaimana pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama? (5) Bagaimana pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama?.

Adapun tujuan penelitian ini adalah (1) Untuk mengetahui pengaruh produk terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama. (2) Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama. (3) Untuk mengetahui pengaruh lokasi terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama. (4) Untuk mengetahui pengaruh promosi terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama. (5) Untuk mengetahui pengaruh produk, harga, lokasi, dan promosi terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan cara pengisian angket. Sampel yang digunakan sebanyak 86 konsumen Hotel Syariah Sofyan Inn Altama Pandeglang dimana pengambilan sampelnya menggunakan teknik *probability sampling*, dengan menggunakan asumsi slovin. Teknik analisis data adalah dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi, uji heterokedastisitas, uji analisis regresi berganda, uji t, uji f, koefisien korelasi, dan koefisien determinasi.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel produk ( $X_1$ ) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama Pandeglang (Y). Sedangkan variabel harga ( $X_2$ ), lokasi ( $X_3$ ), dan promosi ( $X_4$ ) tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama Pandeglang (Y). Sedangkan secara simultan variabel  $X_1$  (produk),  $X_2$  (harga),  $X_3$  (lokasi), dan  $X_4$  (promosi) berpengaruh terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama Pandeglang (Y). Nilai koefisien determinasi (*R Square*) yang dihasilkan adalah 0,438. Hal ini berarti sebesar 43,8% perubahan variabel Y (keputusan konsumen menginap) dapat dijelaskan oleh produk, harga, lokasi dan promosi. Sedangkan sisanya sebesar 56,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lainnya.

Kata kunci : *Strategi Pemasaran, Keputusan Konsumen, Perusahaan Jasa*

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang saya tulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dan diajukan pada Jurusan Ekonomi Syariah. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten ini sepenuhnya asli merupakan hasil karya tulis ilmiah saya pribadi.

Adapun tulisan maupun pendapat orang lain yang terdapat dalam skripsi ini telah saya sebutkan kutipannya secara jelas sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku di bidang penulisan karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa sebagian atau seluruh isi skripsi ini merupakan hasil perbuatan plagiatisme atau mencontek karya tulis orang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaan yang saya terima ataupun sanksi akademik lain sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Serang, 21 Februari 2018

**BARO APRILIGIA**  
NIM: 131401470

**PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP  
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI HOTEL SYARIAH  
SOFYAN INN ALTAMA PANDEGLANG**

Oleh:

**BARO APRI LIGIA**

NIM: 131401470

Menyetujui,

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.SI**

NIP. 19640212 199103 2 003

**Aan Ansori, M.Kom., M.M**

NIP. 19731015 200701 1 027

Mengetahui,

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam,

Ketua Jurusan

Ekonomi Syariah,

**Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.SI.**

NIP. 19640212 199103 2 003

**Hadi Peristiwa, S.E.,M.M.**

NIP. 19811103 201101 1 004

## PENGESAHAN

Skripsi a.n. **Baro Apri Ligia**, NIM: **131401470** yang berjudul **Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Hotel Syariah Sofyan Inn Altama Pandeglang** telah diujikan dalam sidang munaqasyah Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten, pada tanggal 19 Maret 2018. Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syari'ah Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.

Serang, 19 Maret 2018

### Sidang Munaqasyah,

Ketua Merangkap Anggota,

Sekretaris Merangkap Anggota,

**Dr. Efi Syarifudin, S.Ag., M.M.**

NIP. 19780314 200501 1 005

**Surahman, M.E**

NIP. 19810911 201503 1 003

Anggota-anggota,

Penguji I,

Penguji II,

**Dr. Chairul Akmal, S.E., M.M.**

NIP. 19560916 197803 1 001

**Hj. Mukhlisotul Jannah, S.E., M.M.**

NIP. 19740822 200501 2 003

Pembimbing I,

Pembimbing II,

**Dr. Hj. Nihayatul Maskuroh, M.SI**

NIP. 19640212 199103 2 003

**Aan Ansori, M.Kom., M.M**

NIP. 19731015 200701 1 027

## **P E R S E M B A H A N**

Ayahanda Hairul Anam

Ibunda Ida Hamidah

Terimakasih atas segala doa, kasih sayang, keringat, dan air mata. Kekuatan dan kesabaran yang telah engkau curahkan dalam mendidik dan membesarkan ku.

Terimakasih untuk keluarga dan kakaku tercinta yang telah memberikan pengorbanan, semangat dan do'anya.

Skrpisi ini ku persembahkan.

21 Februari 2018

# MOTTO

الْحَشِيعِينَ عَلَى إِلَّا لَكَبِيرَةٌ وَإِنَّهَا وَالصَّلَاةِ بِالصَّبْرِ وَاسْتَعِينُوا (البقرة : 45)

*“Jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”. (Q.S Al Baqarah: 45)*

الصَّابِرِينَ مَعَ اللَّهِ إِنَّ وَالصَّلَاةِ بِالصَّبْرِ اسْتَعِينُوا ءَامِنُوا الَّذِينَ يَتَأْتِيهَا

(البقرة : 153)

*“Hai orang-orang yang beriman, jadikanlah sabar dan shalat sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah beserta orang-orang yang sabar” (Q.S Al Baqarah: 153)*

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis dilahirkan di Lampung pada tanggal 01 April 1994, yang kemudian diberi nama Baro Apri Ligia oleh kedua orang tua penulis. Penulis merupakan putra ketiga dari 3 bersaudara dari pasangan Bapak Hairul Anam dan Ibu Ida Hamidah yang beralamat di Kampung Inpres Desa Purwodadi Kecamatan Gisting Rt. 01 Rw. 02 Kabupaten Tanggamus Provinsi Lampung.

Pendidikan formal yang ditempuh penulis yaitu tingkat Sekolah Dasar di SD Muhammadiyah 1 Gisting lulus pada tahun 2006, melanjutkan ke SMPN 1 Gisting lulus pada tahun 2009 dan melanjutkan MA Daar Al Ilmi Serang lulus pada tahun 2012. Setelah itu penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi tepatnya di Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten pada Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan nikmat, rahmat serta hidayahnya kepada penulis, shalawat beserta salam semoga senantiasa terlimpahkan kepada junjungan nabi muhammad saw beserta keluarga, para sahabat, tabi'in dan orang-orang yang senantiasa mengikuti dan melaksanakan sunnahnya sampai akhir zaman.

Berkat pertolongan Allah SWT dan usaha yang sungguh-sungguh penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "PENGARUH STRATEGI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP DI HOTEL SYARIAH SOFYAN INN ALTAMA PANDEGLANG".

Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan dan nasihat dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi ini. Dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini perkenankan penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya dan penghargaan tertinggi kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr. H. Fauzul Iman, M.A. selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk bergabung dan belajar di lingkungan UIN Sultan Maulana Hasanuddin Banten. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak.
2. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin



Banten yang telah mendorong penyelesaian studi dan skripsi penulis. Semoga Allah SWT membalas kebaikan ibu.

3. Bapak Hadi Peristiwa, S.E.,M.M. selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah mengarahkan, mendidik, serta memberikan motivasi kepada penulis. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak.
4. Ibu Dr. Hj. Nihayatul Masykuroh, M.SI. dan Bapak Aan Ansori, M.Kom., M.M. Dosen pembimbing skripsi satu dan dua, yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing dan memberikan arahan serta semangat kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas kebaikan bapak dan ibu.
5. Bapak Aan Ansori, M.Kom., M.M. Selaku Dosen Pembimbing Akademik yang dengan segala perhatiannya selalu memperhatikan perkembangan akademik dan memberikan arahan yang terbaik selama masa kuliah. Semoga Allah SWT membalas kebaikan ibu.
6. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten, yang telah mendidik dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Seluruh responden yang telah bersedia membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada seluruh staf Akademik dan seluruh Pegawai serta Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten yang telah banyak memberikan bantuan selama masa studi. Dan seluruh teman yang sudah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan kemampuan dan pengetahuan penulis. Oleh karena itu penulis mohon maaf apabila terdapat banyak kekurangan dan kesalahan dalam menyusun skripsi ini.

Akhir kata penulis berharap semoga seluruh bantuan dan motivasi yang disumbangkan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini menjadi amal shaleh serta mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT dan semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya, serta menjadi salah satu penyumbang dan pelengkap ilmu pengetahuan.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Serang, 21 Februari 2018

**BARO APRILIGIA**  
NIM: 131401470

## DAFTAR ISI

|                                       |            |
|---------------------------------------|------------|
| <b>KATA PENGANTAR .....</b>           | <b>i</b>   |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>               | <b>iv</b>  |
| <b>DAFTAR TABEL .....</b>             | <b>vii</b> |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>              |            |
| A. Latar Belakang Masalah .....       | 1          |
| B. Pembatasan Masalah .....           | 8          |
| C. Perumusan Masalah .....            | 8          |
| D. Tujuan Penelitian .....            | 9          |
| E. Manfaat Penelitian .....           | 10         |
| F. Kerangka Pemikiran .....           | 10         |
| G. Sistematika Penulisan Skripsi..... | 12         |
| <b>BAB II KAJIAN TEORI</b>            |            |
| A. Landasan Teori .....               | 14         |
| 1. Teori Pemasaran .....              | 14         |
| a. Pengertian Pemasaran .....         | 14         |
| b. Strategi Pemasaran .....           | 15         |
| 2. Elemen Pokok Pemasaran .....       | 19         |
| a. Produk .....                       | 19         |
| b. Harga.....                         | 19         |
| c. Promosi .....                      | 20         |

|                                       |    |
|---------------------------------------|----|
| d. Lokasi.....                        | 20 |
| B. Teori Keputusan Konsumen .....     | 21 |
| 1. Teori Konsumen .....               | 21 |
| a. Pengertian Konsumen.....           | 21 |
| b. Sikap Konsumen.....                | 22 |
| c. Perilaku Konsumen.....             | 23 |
| C. Pemasaran Dalam Bisnis Islam ..... | 24 |
| D. Penelitian Terdahulu .....         | 31 |
| E. Hipotesis .....                    | 33 |

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

|                                     |    |
|-------------------------------------|----|
| A. Waktu dan Tempat Penelitian..... | 34 |
| B. Populasi dan Sampel.....         | 34 |
| C. Jenis dan Sumber Data .....      | 36 |
| D. Metode Pengumpulan Data .....    | 36 |
| E. Instrumen Penelitian .....       | 38 |
| 1. Uji Validitas.....               | 38 |
| 2. Uji Realibilitas.....            | 39 |
| F. Teknik Analisis Data .....       | 39 |
| 1. Analisis Regresi Berganda.....   | 39 |
| 2. Uji Asumsi Klasik.....           | 40 |
| 3. Uji Hipotesis .....              | 46 |

## **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

|   |    |
|---|----|
| A. Sejarah Hotel Sofyan .....           | 50 |
| B. Deskripsi Variabel Penelitian .....  | 56 |
| 1. Kriteria Responden .....             | 56 |
| 2. Data Responden .....                 | 59 |
| C. Analisis Data.....                   | 63 |
| 1. Uji Validitas dan Realibilitas ..... | 63 |
| 2. Uji Asumsi Klasik.....               | 69 |
| 3. Uji Hipotesis .....                  | 74 |
| D. Pembahasan Hasil Penelitian.....     | 82 |

## **BAB V PENUTUP**

|                     |    |
|---------------------|----|
| A. Kesimpulan ..... | 83 |
| B. Saran .....      | 85 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

|  |    |
|--|----|
| Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu yang Relevan.....             | 31 |
| Tabel 3.1 Pedoman Skala Likert.....                          | 37 |
| Tabel 3.1 Kriteria Pengujian Durbin Watson .....             | 45 |
| Tabel 3.2 Interpretasi Koefisien korelasi.....               | 49 |
| Tabel 4.1 Kriteria Responden Berdasarkan Jenis Kelamin ..... | 57 |
| Tabel 4.2 Kriteria Responden Berdasarkan Usia.....           | 57 |
| Tabel 4.3 Kriteria Responden Berdasarkan Pekerjaan .....     | 58 |
| Tabel 4.4 Data Ordinal Variabel X dan Y .....                | 59 |
| Tabel 4.5 Uji Validitas Variabel X1 (Produk) .....           | 63 |
| Tabel 4.6 Uji Validitas Variabel X2 (Harga) .....            | 64 |
| Tabel 4.7 Uji Validitas Variabel X3 (Lokasi) .....           | 64 |
| Tabel 4.8 Uji Validitas Variabel X4 (Promosi) .....          | 65 |
| Tabel 4.9 Uji Validitas Variabel Y (Keputusan) .....         | 65 |
| Tabel 4.10 Reliabilitas Variabel X1 (Produk).....            | 67 |
| Tabel 4.11 Reliabilitas Variabel X2 (Harga).....             | 68 |
| Tabel 4.12 Reliabilitas Variabel X3 (Lokasi).....            | 68 |
| Tabel 4.13 Reliabilitas Variabel X4 (Promosi) .....          | 68 |
| Tabel 4.14 Reliabilitas Variabel Y (Keputusan) .....         | 69 |
| Tabel 4.15 Uji Normalitas .....                              | 69 |

|  |    |
|--|----|
| Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolonieritas ..... | 71 |
| Tabel 4.17 Uji Autokorelasi .....            | 72 |
| Tabel 4.18 Uji Heterokedastisitas.....       | 74 |
| Tabel 4.19 Regresi Linier Berganda .....     | 75 |
| Tabel 4.20 Koefisien Korelasi .....          | 77 |
| Tabel 4.21 Koefisien Determinasi .....       | 78 |
| Tabel 4.22 Uji t.....                        | 79 |
| Tabel 4.23 Uji f.....                        | 81 |

