

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN TAMU
MENGINAP DI HOTEL ARYADUTA MENTENG
JAKARTA PUSAT**

SKRIPSI

Oleh:

Jonathan Samuel

2331158001



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA
DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN TAMU
MENGINAP DI HOTEL ARYADUTA MENTENG
JAKARTA PUSAT**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan akademik guna memperoleh gelar Sarjana
Manajemen (S.M) Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Kristen Indonesia

Oleh:

Jonathan Samuel

2331158001



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
JAKARTA
2026**



PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jonathan Samuel

NIM : 2331158001

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Hotel ARYADUTA MENTENG Jakarta Pusat" adalah :

1. Dibuat dan diselesaikan sendiri dengan menggunakan hasil kuliah, tinjauan lapangan, buku-buku dan jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada karya tugas akhir saya.
2. Bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar sarjana di universitas lain, kecuali pada bagian-bagian sumber informasi yang dicantumkan dengan cara referensi yang semestinya.
3. Bukan merupakan karya terjemahan dari kumpulan buku atau jurnal acuan yang tertera di dalam referensi pada tugas.

Kalau terbukti saya tidak memenuhi apa yang dinyatakan di atas, maka karya tugas akhir ini dianggap batal.

Jakarta, 3 Februari 2026



(Jonathan Samuel)



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI HOTEL
ARYADUTA MENTENG JAKARTA PUSAT**

Oleh:

Nama : Jonathan Samuel

NIM : 2331158001

Program Studi : Manajemen

Peminatan : Manajemen Pemasaran

Telah di perikasa dan disetujui untuk diajukan dan dipertahankan dalam sidang Skripsi guna mencapai gelar sarjana strata satu/ pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.

Jakarta, 3 Februari 2026

Menyetujui ;

Pembimbing I

(Fenny B.N.L Tobing, SE, MMA.)

NUPTK: 8941739640230062

Pembimbing II

(Dr. Ir. Edison Siregar, MM.)

NUPTK: 9355742643130063

Ketua Program Studi Manajemen

(Jonny Siagian, S.E., M.M.)

NUPTK: 8133739640130063

Dekan

(Indra Halim, S.E., M.Ak.,
Ak.,CA., ASEAN CPA)

NUPTK: 4533755656130143






UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Pada tanggal 3 Februari 2026 telah diselenggarakan sidang skripsi untuk memenuhi sebagai persyaratan akademik guna memperoleh gelar sarjana strata satu pada program studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia, atas nama:

Nama : Jonathan Samuel
NIM : 2331158001
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Termasuk ujian skripsi yang berjudul "ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN TAMU MENGINAP DI HOTEL ARYADUTA MENTENG JAKARTA PUSAT" oleh tim penguji yang terdiri dari :

Nama Penguji	Jabatan Dalam Tim Penguji	Tanda Tangan
1. Carolina F. Sembiring, SE., MM.	Sebagai Ketua	
2. Rutman Lumbantoruan, SE., MM.	Sebagai Sekretaris	
3. Fenny B.N.L Tobing, SE, MMA.	Sebagai Anggota	

Jakarta, 3 Februari 2026



UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA

Pernyataan dan Persetujuan Publikasi Tugas Akhir

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jonathan Samuel
NIM : 2331158001
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Tugas Akhir : Skripsi
Judul : "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Hotel ARYADUTA MENTENG Jakarta Pusat"

Menyatakan bahwa:

1. Tugas akhir tersebut adalah benar karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan bukan merupakan duplikasi karya tulis yang sudah dipublikasikan atau yang pernah dipakai untuk mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi manapun;
2. Tugas akhir tersebut bukan merupakan plagiat dari hasil karya pihak lain, dan apabila saya/kami mengutip dari karya orang lain maka akan dicantumkan sebagai referensi sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
3. Saya memberikan Hak Noneksklusif Tanpa Royalti kepada Universitas Kristen Indonesia yang berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih hak cipta.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran Hak Cipta dan Kekayaan Intelektual atau Peraturan Perundangan-undangan Republik Indonesia lainnya dan integritas akademik dalam karya saya tersebut, maka saya bersedia menanggung secara pribadi segala bentuk tuntutan hukum dan sanksi akademis yang timbul serta membebaskan Universitas Kristen Indonesia dari segala tuntutan hukum yang berlaku.

Dibuat di Jakarta
Pada Tanggal 3 Februari 2026



(Jonathan Samuel)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, kasih dan karunia -NYA maka penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi dengan judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Tamu Menginap Di Hotel Aryaduta Menteng Jakarta Pusat**”.

Penelitian ini dibuat dan disusun sebagai proposal skripsi oleh penulis, serta sebagai syarat yang harus dipenuhi guna menempuh Sidang Ujian Sarjana serta untuk mendapatkan gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia (FEB UKI).

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis juga menyadari tidak sedikit kendala dan halangan yang dihadapi penulis. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kekurangan yang disebabkan keterbatasan kemampuan yang dimiliki oleh penulis. Namun berkat bantuan dan kontribusi dari berbagai pihak maka penulisan dan penyusunan proposal skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama belajar di program studi Manajemen FEB UKI, penulis mendapat banyak ilmu dan pelajaran yang bermanfaat bagi kehidupan serta wawasan penulis. Dalam proses pembuatan skripsi ini, penulis banyak dibantu, dan diberi arahan, dukungan, serta semangat oleh orang – orang di sekitar penulis.

Pada kesempatan ini dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Orang tua saya yang selalu memberikan dukungan semangat dan dukungan biaya kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan secara tepat waktu.
2. Kepada Rekan saya dan Kakak saya yang selalu memberikan dukungan motivasi dan dukungan biaya kepada penulis sehingga penelitian skripsi ini dapat terselesaikan.

3. Prof. Dr. Dhaniswara K. Hardjono, S.H., M.H., M.B. A selaku Rektor Universitas Kristen Indonesia.
4. Indra Halim, SE., M.Ak., Ak. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.
5. Dr. Netty Laura S, SE., MM. selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.
6. Jonny Siagian, SE., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Kristen Indonesia.
7. Fenny B.N.L.Tobing, S.E., M.M.A. Selaku dosen pembimbing satu yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.
8. Dr. Ir. Edison Siregar, MM.. Selaku dosen pembimbing dua yang telah meluangkan waktu dan tenaganya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan baik.
9. Seluruh dosen program studi manajemen dan karyawan FEB UKI yang ikut serta membantu dan memberi dukungan kepada penulis.

Kiranya penelitian ini dapat bermanfaat, serta memberikan ilmu yang baru dan lebih lagi bagi pembaca. Akhir kata, dengan segala rasa Syukur penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak. Tuhan memberkati.

Jakarta, 3 Februari 2026



(Jonathan Samuel)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR SINGKATAN.....	xiii
DAFTAR RUMUS	xiv
ABSTRAK.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	12
1.3 Batasan Masalah	15
1.4 Rumusan Masalah.....	16
1.5 Hipotesis Penelitian	17
1.6 Tujuan Penelitian	17
1.7 Manfaat Penelitian.....	18
BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	19
2.1 Kajian Teori.....	19
2.1.1 Teori Manajemen Pemasaran	19
2.1.2 Bauran Pemasaran 7P.....	22
2.1.3 Teori Perilaku Konsumen.....	23
2.1.4 Teori Pemasaran Jasa	27
2.1.5 Komunikasi Pemasaran Jasa.....	29
2.1.6 Kualitas Pelayanan.....	30
2.1.7 Teori Harga.....	32
2.1.8 Teori Citra Merek Citra merek.	34
2.1.9 Keputusan Tamu Menginap Industri Perhotelan	37
2.2 Penelitian Yang Relevan.....	40
2.2.1 Relevansi Dan Perbedaan Antara 6 Penelitian Yang Di Teliti Oleh Penulis.....	46
2.3 Kerangka Penelitian.....	48
2.4 Hipotesis Penelitian	50
BAB III METODE PENELITIAN.....	51

3.1 Jenis atau Desain Penelitian	51
3.2 Tempat Dan Waktu Penelitian.....	53
3.3 Populasi Dan Sampel Penelitian	54
3.3.1 Populasi	54
3.3.2 Sampel Penelitian.....	54
3.4 Definisi Operasional Variabel	55
3.4.1 Variabel Penelitian	55
3.4.2 Definisi Operasional.....	55
3.5 Jenis Data Dan Sumber Data.....	58
3.5.1 Jenis Data.....	58
3.5.2 Data Primer	58
3.5.3 Data Sekunder.....	58
3.5.4 Jenis Teknik Dan Instrumen Pengumpulan data	58
3.5.5 Teknik Pengolahan Data	59
3.6 Validitas Dan Reliabilitas Instrumen	61
3.6.1 Uji Validitas.....	61
3.6.2 Uji Reliabilitas	61
3.7 Teknik Analisis Data.....	62
3.7.1 Uji Normalitas.....	63
3.7.2 Uji Multikolinearitas	64
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	64
3.8 Analisis Uji Regresi Linier Berganda	65
3.9 Uji Hipotesis	66
3.9.1 Uji t (Uji Parsial).....	66
3.9.2 Uji F (Uji Simultan)	67
3.10 Koefisien Determinasi (R^2)	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	69
4.1 Hasil Penelitian.....	69
4.1.1 Deskripsi Data Sampel.....	69
4.2 Pembahasan.....	71
4.2.1 Uji Validitas.....	71
4.2.2 Uji Realibilitas.....	74
4.2.3 Transformasi Data Ordinal Ke Interval.....	76
4.2.4 Hasil Analisis Statistik Deskriptif.....	76
4.2.5 Variabel Kualitas Pelayanan (X1).....	78
4.2.6 Variabel Harga (X2).....	79
4.2.7 Variabel Citra Merek (X3).....	81
4.2.8 Variabel Keputusan Tamu Menginap (Y).....	82
4.2.9 Uji Asumsi Klasik.....	83
4.2.9.1 Uji Normalitas.....	83
4.2.9.2 Uji Multikolinearitas.....	85
4.2.9.3 Uji Heterokeseditas.....	87
4.2.10 Analisis Regresi Linear Berganda.....	88
4.2.11 Uji Hipotesis.....	90
4.2.11.1 Uji t (Parsial).....	90
4.2.11.2 Uji F (Simultan).....	91

4.2.12 Koefisien determinasi (R^2).....	92
4.3 Keterbatasan Penelitian.....	93
4.4 Implikasi Manajerial.....	94
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	96
5.1 Simpulan.....	96
5.2 Saran.....	97
DAFTAR PUSTAKA.....	99
LAMPIRAN.....	102



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Nama Hotel, Harga Kamar, dan <i>Online Customer Review</i>	7
Tabel 1.2 Harga Dan Jumlah Kamar	9
Tabel 1.3 Okupansi Rata-rata Dan Persentase Tamu Menginap	10
Tabel 2.1 Hasil Penelitian Yang Relevan	41
Tabel 3.1 Kegiatan Penelitian.....	53
Tabel 3.2 Definisi Operasional Variabel.....	56
Tabel 3.3 Pengukuran Skala <i>Likert</i>	59
Tabel 4.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin.....	69
Tabel 4.2 Karakteristik Sampel Berdasarkan Usia	70
Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayan	71
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas Harga.....	72
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Citra Merek	73
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Keputusan Tamu Menginap	73
Tabel 4.7 Hasil Uji Realibilitas	75
Tabel 4.8 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	76
Tabel 4.9 Rekapitulasi Jawaban Sampel Variabel X1	78
Tabel 4.10 Rekapitulasi Jawaban Sampel Variabel X2	79
Tabel 4.11 Rekapitulasi Jawaban Sampel Variabel X3	81
Tabel 4.12 Rekapitulasi Jawaban Sampel Variabel Y	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Profil Aryaduta Menteng	4
Gambar 1.2 Peta Digital 5 Lokasi Hotel	6
Gambar 1.3 Grafik Okupansi Rata – Rata Tamu Menginap	11
Gambar 2.1 Bauran Pemasaran / <i>Marketing Mix 7P</i>	22
Gambar 2.2 lima Tahapan Keputusan Tamu Menginap	38
Gambar 2.3 Kerangka Penelitian	49
Gambar 3.1 Desain penelitian	52
Gambar 4.1 Grafik P-P PLOT	83
Gambar 4.2 Grafik Batang Histogram	84
Gambar 4.3 Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov	85
Gambar 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas	86
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedasitas	87
Gambar 4.6 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	89
Gambar 4.7 Hasil Uji t	90
Gambar 4.8 Hasil Uji F	91
Gambar 4.9 Hasil Koefisien Determinasi (R^2)	92

DAFTAR SINGKATAN

UKI	: Universitas Kristen Indonesia
FEB	: Fakultas Ekonomi dan Bisnis
S.M	: Sarjana Manajemen
SPSS	: <i>Statistical Package for the Social Sciences</i>
IMC	: <i>Integrated Marketing Communication</i>
CBBE	: <i>Customer-Based Brand Equity</i>
SERVQUAL	: <i>Service Quality Model</i> (Model Kualitas Pelayanan)
CSR	: <i>Corporate Social Responsibility</i>
PLS	: <i>Partial Least Square</i>
R ²	: Koefisien Determinasi
α	: <i>Cronbach's Alpha</i> (Ukuran Reliabilitas Instrumen)
H1, H2, H3, H4	: Hipotesis Penelitian
X1	: Kualitas Pelayanan
X2	: Harga
X3	: Citra Merek
Y	: Keputusan Tamu Menginap
No.	: Nomor
Rp	: Rupiah

DAFTAR RUMUS

Rumus 3. 1 Cronbach's Alpha (α).....	62
Rumus 3. 2 Regresi Linier Berganda.....	65



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra merek terhadap keputusan tamu menginap di Hotel Aryaduta Menteng Jakarta Pusat. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh penurunan tingkat hunian hotel dalam beberapa tahun terakhir di tengah meningkatnya persaingan industri perhotelan di wilayah pusat kota Jakarta, sehingga diperlukan pemahaman berbasis data mengenai faktor-faktor yang memengaruhi keputusan tamu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 60 responden yang merupakan tamu yang pernah menginap di Hotel Aryaduta Menteng, dengan instrumen penelitian menggunakan skala *Likert* lima tingkat. Data dianalisis menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linier berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan, harga, dan citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan tamu menginap. Hasil uji simultan juga menunjukkan bahwa ketiga variabel independen tersebut secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu menginap. Nilai koefisien determinasi yang ditunjukkan oleh *Adjusted R Square* sebesar 0,793 mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan, harga, dan citra merek mampu menjelaskan sebesar 79,3 persen variasi keputusan tamu menginap, sedangkan sisanya 20,7 persen dijelaskan oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan, penetapan harga yang sesuai dengan persepsi nilai tamu, serta penguatan citra merek merupakan faktor strategis yang berperan penting dalam meningkatkan keputusan tamu untuk menginap. Implikasi penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pertimbangan bagi manajemen Hotel Aryaduta Menteng dalam merumuskan strategi peningkatan layanan dan pemasaran yang lebih efektif guna meningkatkan daya saing hotel.

Kata kunci : citra merek, harga, keputusan menginap, kualitas pelayanan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality, price, and brand image on guests' decisions to stay at Hotel Aryaduta Menteng, Central Jakarta. This research is motivated by the decline in hotel occupancy rates over the past few years amid increasing competition in the hospitality industry in Jakarta's central business area, which highlights the need for a data-driven understanding of the factors influencing guests' decisions. This study employs a quantitative approach using a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to 60 respondents who had previously stayed at Hotel Aryaduta Menteng, with the research instrument using a five-point Likert scale. The data were analyzed using validity tests, reliability tests, classical assumption tests, and multiple linear regression analysis. The results of the analysis indicate that service quality, price, and brand image each have a positive and significant effect on guests' decisions to stay. The simultaneous test results also show that the three independent variables collectively have a significant effect on guests' decisions to stay. The coefficient of determination, as indicated by an Adjusted R Square value of 0.793, suggests that service quality, price, and brand image explain 79.3 percent of the variation in guests' stay decisions, while the remaining 20.7 percent is explained by other factors outside the research model. These findings demonstrate that improving service quality, setting prices in accordance with guests' perceived value, and strengthening brand image are strategic factors that play an important role in increasing guests' decisions to stay. The implications of this study are expected to serve as a basis for consideration for the management of Hotel Aryaduta Menteng in formulating more effective service improvement and marketing strategies to enhance the hotel's competitiveness.

Keywords: brand image, price, service quality, stay decision