

## **ABSTRAK**

**Amiharto Kamaludin, 1104871 Pengaruh Bauran Pemasaran (Produk, Harga Dan Lokasi) Terhadap Keputusan Menginap Tamu di Hotel Inna Simpang Surabaya (Survei kepada wisatawan tamu yang Menginap di Hotel Inna Simpang Surabaya).** Skripsi 2013, dibawah bimbingan HP. Diyah Setiyorini,MM dan Drs. H. Anthony Barbo

Industri pariwisata di indonesia adalah sebuah peluang bisnis yang sangat baik sekali dalam memulihkan stabilitas dan mengembangkan perekonomian makro Indonesia. Hal ini berdasarkan fakta yang ada serta informasi dari depertemen budaya dan pariwisata. Dunia pariwisata Indonesia sangat mampu dalam memberikan efek positif untuk pendapatan bagi negara Indonesia, baik dalam bentuk devisa asing maupun dalam aktivitas perputaran uang dalam negeri.Hotel Inna Simpang adalah salah satu dari sekian banyak hotel berbintang yang berpusat di jantung kota Surabaya dengan standar bintang tiga. Hotel Inna Simpang memiliki keunggulan letak yang strategis karena hotel ini dekat sekali dengan pusat kota Surabaya dan gedung-gedung bersejarah peninggalan pemerintahan belanda sehingga hotel ini memiliki keunggulan tersendiri Dalam penelitian ini variabel bebas (X) yang digunakan yaitu bauran pemasaran yang terdiri dari Product (X1), Price (X2), Place (X3) dan Variabel (Y) yaitu keputusan menginap tamu bisnis. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif verifikatif, dan metode yang digunakan adalah survei dengan teknik probability sampling,. untuk spesifikasinya sendiri ialah *stratified random sampling* dan jumlah sampel sebesar 100 tamu bisnis yang menginap di Hotel Inna Simpang Surabaya. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah regresi berganda. Hasil penelitian menunjukan bahwa Produk,Harga dan Lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan tamu bisnis untuk menginap.

Faktor yang paling mempengaruhi dari variabel *Product* adalah *Quality level* dalam hal ini adalah kesesuaian level kamar dengan harga yang ditawarkan, dan pada variabel harga faktor yang paling mempengaruhi adalah *Discount* dalam hal selanjutnya pada variabel *Place* faktor yang paling mempengaruhi adalah *transportation*.dimana Hotel Inna Simpang sedang berusaha melakukan inovasi pada ketiga faktor tersebut.

**Kata Kunci:Produk,Harga dan Lokasi,Keputusan Tamu Bisnis untuk Menginap**

## **ABSTRACT**

**Amiharto Kamaludin, 1104871. The influence of the marketing mix (product, price and location) on guest's decision to stay in Hotel Inna Simpang Surabaya (survey on government's guests staying in Hotel Inna Simpang Surabaya).** Skripsi 2013, under the guidance of HP. Diyah Setiyorini, MM and Drs. H. Anthony Barbo.

the tourism industry in Indonesia is a great business opportunity in recovering stability and developing Indonesian macro economy. It is based on the fact and information from the department of culture and tourism. Indonesian tourism is very capable in delivering a positive effect on revenue, either in the form of foreign exchange or the money velocity activity in the country. Hotel Inna Simpang is one of the many starred hotel in the heart of Surabaya with three-star standard. Hotel Inna Simpang Surabaya has an advantageous strategic location because the hotel is close to the city center and historical buildings of Dutch government legacy. In this research, independent variable (X) used the marketing mix consists of the Product (X1), Price (X2), Place (X3) and dependent variable is business guest's decision of stay. The type of this research is descriptive-verificative and used survey method with probability sampling technique. The specification is stratified random sampling with 100 business guest whose stays in Inna Simpang Surabaya Hotel. Techniques of data analysis and hypothesis testing used is multiple regression. The result shows that the product, price and location significantly influence business guest decisions to stay. The most influence factor from product variable is quality level in this case is the conformance of room level with the price, and from price variable is discount. In location variable the most influence factor is transportation which Hotel Inna Simpang is trying to innovate in these three factors.

**Keyword : Product, price and location, business guest decision to stay**