

PENGARUH HARGA *E-COMMERCE ACCOUNT* AGODA TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP TAMU DI SERELA HOTEL RIAU BANDUNG

ABSTRAK

Oleh :

Elvin Oktavianus

0907012

Serela Hotel Riau Bandung adalah salah satu hotel berbintang 3 di kota Bandung yang bekerjasama dengan *E-Commerce Account* Agoda dalam program peningkatan penjualan kamar. Keputusan menginap tamu di Serela Hotel Riau Bandung dapat dipengaruhi oleh beberapa hal salah satunya adalah harga kamar pada *website* Agoda. *E-Commerce Account* Agoda merupakan salah satu media strategi promosi yang bekerjasama dengan Serela Hotel Riau Bandung untuk mempengaruhi keputusan menginap dari tamu yang melakukan pemesanan kamar. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi harga kamar Serela Hotel Riau Bandung pada *website* Agoda, mengidentifikasi keputusan menginap tamu di Serela Hotel Riau Bandung, serta menganalisis seberapa besar pengaruh harga *e-commerce account* Agoda terhadap keputusan menginap tamu di Serela Hotel Riau Bandung. Berdasarkan hal tersebut maka dilakukan penelitian mengenai seberapa berpengaruhnya harga *e-commerce account* Agoda dalam mempengaruhi keputusan menginap tamu di Serela Hotel Riau Bandung. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif dan metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory survey*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa harga *e-commerce account* Agoda sudah sesuai dengan apa yang dirasakan oleh tamu yang menggunakan *website* Agoda. Keputusan menginap tamu di Serela Hotel Riau Bandung dinilai tinggi. Kemudian harga *e-commerce account* Agoda memiliki pengaruh yang kuat dan positif. Tetapi harga merupakan penentu yang rendah terhadap keputusan menginap tamu di Serela Riau Hotel yaitu sebesar 39,4% sedangkan sisanya sebesar 60,6% merupakan pengaruh dari variabel lainnya yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Harga, Keputusan Menginap

Elvin Oktavianus, 2014

Pengaruh Harga E-Commerce Account Agoda Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Serela Hotel Riau Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**THE INFLUENCE OF THE PRICE OF E-COMMERCE ACCOUNT AGODA
TO THE GUEST'S STAY DECISION IN SERELA HOTEL RIAU BANDUNG**

ABSTRACT

By :

Elvin Oktavianus

0907012

Serela Hotel Riau Bandung is one of the 3-star hotel in Bandung city which cooperate with E-Commerce Account Agoda in the program to increased sales room. The decision to stay at the Serela Hotel Riau Bandung can be affected by several things, one of which is the room rate on Agoda's website. E-Commerce Accounts Agoda is one of the media promotion strategies in cooperation with Serela Hotel Riau Bandung to influence the decision of staying guests booking rooms. The purpose of this study was to identify the price of the room Hotel Riau Bandung Serela on Agoda's website, identifying the decision of stay at Serela Hotel Riau Bandung, as well as analyzing how much influence the price of e-commerce accounts Agoda against the decision of stay at Serela Hotel Riau Bandung. Based on these things then do research on how e-commerce price influencing account Agoda in the guest's stay in decisions affecting Serela Hotel Bandung's Riau. This study is descriptive verification in nature. Explanatory survey is used as the methodology in this research. The technique used in data analysis is simple linier regression analysis. The result shows that price of e-commerce account Agoda that the price of e-commerce accounts Agoda is in conformity with what is perceived by guests who use the Agoda website to make a reservation and the guest's stay decision in Serela Hotel Riau Bandung overall has been high. In addition, the data shows that price of e-commerce account Agoda influences the guest's stay decision by 39,4% and it is considered as a positive however low effect. Meanwhile, the remaining 60,6% is the influence of other variables that is not analyzed.

Keywords: Price, Stay Decision

Elvin Oktavianus, 2014

**Pengaruh Harga E-Commerce Account Agoda Terhadap Keputusan Menginap Tamu
Di Serela Hotel Riau Bandung**

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR

Salam Sejahtera.

Di Indonesia terutama di Kota Bandung, bisnis dibidang perhotelan saat ini sedang dianggap berpotensi perkembangannya. Dengan maraknya pembangunan hotel di Kota Bandung, maka bisnis penjualan kamar pun perkembangannya terus meningkat. Serela Hotel Riau Bandung adalah salah satu hotel bintang tiga di kota Bandung yang memiliki berbagai macam fasilitas dan melakukan strategi promosi melalui media internet *booking* yang bekerjasama dengan Agoda untuk meningkatkan penjualan kamar.

Penelitian ini meneliti mengenai bagaimana pengaruh harga *e-commerce account* Agoda terhadap keputusan menginap tamu di Serela Hotel Riau Bandung. Dengan mengetahui pengaruh dari harga *e-commerce account* Agoda terhadap keputusan menginap tamu, maka pihak Serela Hotel Riau Bandung dan Agoda dapat lebih bijak dalam menentukan strategi promosi yang dibutuhkan untuk kemajuan hotelnya.

Akhirnya, semoga penelitian ini bisa bermanfaat bagi pembaca dan juga dapat dijadikan referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan penelitian ini. Penulis sangat mengharapkan saran dan kritik terhadap penelitian ini, terima kasih.

Bandung, Agustus 2014

Penulis,

Elvin Oktavianus, 2014

Pengaruh Harga E-Commerce Account Agoda Terhadap Keputusan Menginap Tamu Di Serela Hotel Riau Bandung

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian ini tidak akan bisa selesai tanpa bantuan dan juga dukungan dari orang-orang yang telah dengan besar hati membantu penelitian ini baik berupa dukungan mental, material dan juga spiritual. Maka dengan sepenuh hati penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada mereka. Yaitu kepada :

1. Prof. Dr. H. Sunaryo Kartadinata, M.Pd selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Prof. Dr. Karim Suryadi, M.Si selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
3. Ibu Fitri Rahmafritria, SP.,M.Si selaku Ketua program studi Manajemen Resort & Leisure.
4. Prof. Dr. Darsiharjo, M.S selaku dosen pembimbing 1, yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penelitian ini.
5. Ibu Erry Sukriah, SE.,MSE selaku dosen pembimbing 2, yang telah bersedia meluangkan waktu di tengah kesibukannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penelitian ini.
6. Semua dosen-dosen prodi Manajemen Resort dan Leisure yang telah memberikan ilmunya yang sangat bermanfaat selama ini.
7. Staf-staf prodi MRL Pak Rahmat dan Pak Garnadi atas segala bantuannya memberikan pelayanan yang terbaik bagi seluruh mahasiswa MRL.

8. Papah dan Mamah tercinta beserta Indah Shintani Damayantie dan Delia Natalie yang selalu memberikan doa dan dukungan yang tiada henti agar penulis bisa menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.
9. Monica Permata Rahayu yang telah banyak membantu dan selalu sabar mendukung penulis agar menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
10. Sahabat-sahabat penulis Widi Firman Nesa, Anggi Rahmat Adriawan, dan Rizky Akbar atas dukungan yang besar kepada penulis dan bantuan dalam penelitian ini.
11. Sahabat-sahabat D'Gym Fitness dan Hans Body Club yang telah mendukung penulis hingga skripsi ini terwujud.
12. Teman-Teman MRL'09 seperjuangan yang telah bersama-sama menimba ilmu di MRL selama kurang lebih 4 tahun ini.

Penulis memohon maaf atas ketidak sempurnaan penelitian ini, dan juga memohon maaf apabila ada pihak yang telah ikut membantu namun tidak disebutkan dalam ucapan terima kasih. Penulis tetap memberikan penghargaan sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah membantu peneliti.

Bandung, Agustus 2014

Penulis,

Elvin Oktavianus

