

# ANALISA PENGARUH LOKASI, PERSEPSI HARGA, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN HOTEL 88 EMBONG KENONGO

Nama Mahasiswa : Nana Fijannah  
NIM : 1011510183  
Pembimbing : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh lokasi, persepsi harga, dan kualitas layanan terhadap loyalitas konsumen Hotel 88 Embong Kenongo dengan metode penelitian regresi linier sederhana. Sampel pada penelitian ini adalah konsumen yang sudah pernah atau telah menginap di Hotel 88 Embong Kenongo. Teknik pengambilan sampel menggunakan dengan *purposive sampling*. Untuk jumlah sampel dalam penelitian ini yakni sebanyak 80 responden. Alat yang digunakan dalam kuesioner penelitian yakni dengan skala likert 1-5. Analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan bantuan dari program IBM SPSS Statistics 23 sebagai olah statistik data.

Hasil dalam penelitian ini bahwa secara parsial variabel independen lokasi dan kualitas layanan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan. Namun variabel independen persepsi harga secara parsial menghasilkan pengaruh tidak signifikan dalam penelitian ini terhadap variabel dependen loyalitas pelanggan. Kemudian secara simultan ketiga variabel independen memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan kekuatan pengaruh sebesar 52,3%.

**Kata kunci** : Lokasi, persepsi harga, kualitas layanan, loyalitas konsumen



*-Halaman ini sengaja dikosongkan-*



**ANALYZE THE IMPACT OF LOCATION, PRICE PERCEPTION, AND  
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER LOYALTY TO HOTEL 88  
KENONGO**

By : Nana Fijannah  
Student Identity Number : 1011510183  
Supervisor : Aditya Narendra Wardhana, S.T., M.SM.

**ABSTRACT**

This research aimed to identify the effect of location, price perceptions, and service quality to consumer loyalty of the Hotel 88 Embong Kenongo with a simple linear regression research method. The sample in this study were consumers who had or had stayed at Hotel 88 Embong Kenongo. The sampling technique uses purposive sampling. Samples from this study were 80 respondents. The tools used in this research questionnaire were 1-5 Likert scale. Analysis of the data in this study is multiple linear regression analysis using of the IBM SPSS Statistics 23 program as the statistical data.

The results in this study that partially the location and service quality independent variables significantly influence the dependent variable of customer loyalty. However, the independent variable perceived price partially produces insignificant influence in this study on the dependent variable of customer loyalty. Then simultaneously the three independent variables provide a significant influence on the dependent variable with an effect strength of 52.3%.

**Keywords :** Location, price perception, service quality, customer loyalty