

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PENETAPAN HARGA JUAL TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PADA
HOTEL GOLDEN SRI DI MARISA
KABUPATEN POHUWATO**

Oleh

DAHLAN PULUMUDUYO

E2119232

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
GORONTALO
2022**

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PENETAPAN HARGA JUAL TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PADA
HOTEL GOLDEN SRI DI MARISA
KABUPATEN POHUWATO**

Oleh

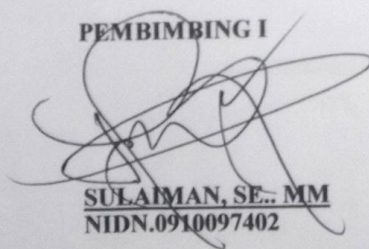
DAHLAN PULUMUDUYO

E2119232

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana dan telah disetujui
oleh Tim Pembimbing pada tanggal
Gorontalo, 16 Juni 2022

PEMBIMBING I



SULAIMAN, SE., MM
NIDN.0910097402

PEMBIMBING II



HARIS HASAN, SE., MM
NIDN.0908108407

HALAMAN PERSETUJUAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
PENETAPAN HARGA JUAL TERHADAP
PENINGKATAN PENJUALAN PADA
HOTEL GOLDEN SRI DI MARISA
KABUPATEN POHUWATO

OLEH:

DAHLAN PULUMUDUYO

E2119232

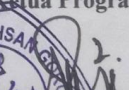

Diperiksa Oleh Dewan Penguji Strata Satu (S1)
Universitas Ichsan Gorontalo

- | | | |
|--|---|--|
| 1. Tamsir, SE., MM
(Ketua Penguji) | : |  |
| 2. Ng. Syamsiah B, SE., MM
(Anggota Penguji) | : |  |
| 3. Sulerski Monoarfa, S.Pd., M.Si
(Anggota Penguji) | : |  |
| 4. Sulaiman, SE., MM
(Pembimbing Utama) | : |  |
| 5. Haris Hasan, SE., MM
(Pembimbing Pendamping) | : |  |

Mengetahui,


Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. MUSAFIR, SE., M.Si
MDN: 0928116901

Ketua Program Studi Manajemen


SYAMSUL, SE., M.Si
MDN: 0921108502

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*** MOTTO ***

***"JANGANLAH EGOIS DAN SADARLAH BAHWA
KEBENARAN BUKAN HANYA DARI DIRI SENDIRI
TETAPI KADANGKALA DATANG DARI ORANG LAIN
DAN IHLASLAH MENERIMA KEBENARAN TANPA
MELIHAT DARI MANA DATANGNYA"***

*****PERSEMBAHAN*****

KARYA ILMIAH KUPERSEMBAHKAN KEPADA :

- 1. KEPADA KEDUA ORANG TUA KU (IBUNDAKU
YANG TELAH MELAHIRKAN) DAN
(AYAHANDAKU YANG BERSUSAH PAYA MENGAIS
REZEKI YANG HALAL) DEMI KESUKSESAN
ANAKNYA TERCINTA***
- 2. KELUARGAKU YANG TELAH MENDUKUNG SAYA
DIKALA HARUS MELALUI BERBAGAI ARAL
MELINTANG YANG SULIT UNTUK DILEWATI***
- 3. PIMPINAN HOTEL GOLDEN SRI YANG
MEMBERIKAN KESEMPATAN PENULIS TUK
MENGUMPULKAN REZEKI YANG HALAL SEDIKIT
DEMI SEDIKIT SAMPAI PENULIS SUKSES
MENDAPATKAN GELAR SARJANA***
- 4. UNTUK ALMAMATERKU TERCINTA UNIVERSITAS
ICHSAN GORONTALO***

INSYA ALLAH BERKAH

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Dengan ini menyatakan yang sebenar-benarnya bahwa :

1. Skripsi yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan guna mendapatkan gelar akademik (sarjana) baik di Universitas Ichsan Gorontalo maupun diperguruan tinggi lainnya.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan skripsi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan dari pembimbing yang telah ditetapkan.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang telah dipublikasikan dari orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Demikian pernyataan saya buat dengan sebenar-benarnya, apabila dikemudian hari ditemukan ketidak benaran dalam pernyataan di atas, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh beserta sanksi lainnya berdasarkan norma yang telah berlaku di perguruan tinggi ini.

Gorontalo, 16 Juni 2022



DAHLAN PULUMUDUYO

E2119232

KATA PENGANTAR

Tiada kata yang terindah kecuali mengucap puji syukur ke hadirat Allah SWT., karena atas izin dan kuasa-Nyalah penulis diberi kekuatan dan kesehatan dalam merampungkan skripsi dengan judul **“Pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga jual terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato”**

Meskipun berbagai hambatan dan rintangan yang dialami dalam penyusunan skripsi, namun berkat doa ayah bundaku yang tersayang sehingga berbagai hambatan dan rintangan dapat dilalui. Oleh sebab itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya dan penghargaan setinggi-tingginya kepada : Ibu DR. Dra. Djuriko Abdussamad M.Si, selaku Ketua Yayasan Pengembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Ichsan Gorontalo. Bapak DR. Abdul Gaffar La. Tjokke, M. Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo. Bapak DR. Musafir, SE, M. Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo. Bapak Syamsul, SE, M. Si, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Ichsan Gorontalo. Bapak Sulaiman, SE, MM, selaku Pembimbing I dan Bapak Haris Hasan, SE, MM, selaku Pembimbing II. Ibu Sri Masri Sumuri, SE sebagai Owner Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato. Teristimewa Kedua orang tua tersayang yang telah memberikan Motivasi, inspirasi dan doa yang tiada henti dengan tulus demi kesuksesan peneliti.

Seluruh staf dosen dan administrasi yang peneliti tidak sempat tulis namanya satu persatu. Peneliti juga ucapkan terima kasih banyak kepada seluruh teman kuliah yang selalu memberikan motivasi selama menempu pendidikan di Universitas Ichsan Gorontalo.

Sekali lagi penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang berpartisipasi baik dalam bentuk saran maupun doa selama penulis menyusun karya ilmiah.

Gorontalo, 16 Juni 2022

Penulis

ABSTRAK

Dahlan Pulumuduyo, NIM : E2119232 mengangkat judul karaya ilmiah “ Pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga jual terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato”.

Metode analisis data adalah adalah regresi berganda dan uji signifikan. Tujuan penelitian adalah : a) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga jual secara simultan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato. b) Untuk menganalisis berpengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato. c) Untuk menganalisis berpengaruh harga jual secara parsial berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato.

Hasil analisis data kuantitatif penelitian yang dilakukan pada Hotel Golden Sri di Marisa telah dilakukan analisis data adalah : (1) Kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga jual secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato. (2) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato. (3) Strategi penetapan harga jual secara parsial berpengaruh positif sebesar dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato.

Kata Kunci : pelayanan, harga dan penjualan

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
PERNYATAAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRACT.....	viii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Penelitian	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Maksud dan Tujuan penelitian	5
1.3.1. Maksud Penelitian	5
1.3.2. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat penelitian	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. Kualitas Pelayanan	7
2.2. Harga.....	10
2.3. Penjualan	12
2.4. Kerangka Pikir	16
2.6. Hipotesis.....	19
BAB III OBYEK METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1. Obyek Penelitian	21
3.2. Metode Pengumpulan Data	21
3.3. Sumber Data.....	22

3.4. Populasi.....	22
3.5. Sampel	22
3.6. Operasionalisasi Variabel Penelitian	23
3.7. Metode Analisis Data	25
3.7.1. Analisis Regresi Berganda	25
3.7.2. Analisis Korelasi.....	25
3.7.3. Uji Signifikan	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	27
4.1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian	27
4.1.1. Sejarah Singkat Hotel Golden Sri.....	27
4.1.2. Struktur Organisasi Hotel Golden Sri.....	28
4.2. Deskripsi Hasil Penelitian	29
4.2.1. Deskripsi Variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Volume Penjualan.....	29
4.2.2. Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan.....	30
4.2.3. Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Harga Jual	35
4.2.4. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Variabel Peningkatan Volume Penjualan.....	38
4.3. Pengujian Hipotesis	42
4.3.1. Analisis Regresi Berganda	42
4.3.2. Analisis Korelasi dan Uji Signifikan	43
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	47
5.1. Kesimpulan	47
5.2. Saran	47
DAFTAR PUSTAKA.....	49
DAFTAR LAMPIRAN	50

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Kualitas Pelayanan dan Penetapan Harga Jual.....	25
Tabel 3.2. Operasionalisasi Variabel Penjualan	25
Tabel 3.3. Interpretasi Koefisien Nilai r	26
Tabel 4.4. Rentang Skala Skor Item Tanggapan Responden	30
Tabel 4.5. Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	30
Tabel 4.6. Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga Jual .	35
Tabel 4.7. Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Variabel Peningkatan Volume Penjualan.....	38
Tabel 4.8. <i>Coefficients</i>	42
Tabel 4.9. <i>Model Summari</i>	43
Tabel 4.10. Anova.....	44
Tabel 4.11. <i>Correlations</i>	45

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Kerangka Pikir	19
Gambar 4.2. Struktur Organisasi Hotel Golden Sri	29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jadwal Penelitian	50
Lampiran 2. Kuisioner Penelitian	51
Lampiran 3. Tabulasi Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kualitas Pelayanan	54
Lampiran 4. Tabulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Strategi Penetapan Harga Jual.....	55
Lampiran 5. Tabulasi Hasil Tanggapan Responden Terhadap Variabel Peningkatan Penjualan.....	56
Lampiran 6. Hasil Olahan Data Kuantitatif	57
Lampiran 7. Surat Rekomendasi Penelitian	58
Lampiran 8. Surat Balasan Penelitian	59
Lampiran 9. Surat Bebas Plagiasi	60
Lampiran 10. Hasil Test Tuernitin.....	61
Lampiran 10. <i>Curriculum Vitae</i>	63

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Pada era teknologi dan informasi kegiatan bisnis di berbagai bidang semakin kompleks, tidak terkecuali di bidang pemasaran. Hal ini terjadi baik faktor intern perusahaan maupun ekstren. Jadi persaingan bukan hanya dalam hal memperebutkan pasar akan tetapi juga pemasok, teknologi, sumber daya manusia dan sumber daya lainnya, hal tersebut dapat terjadi untuk mencapai suatu tujuan salah satunya adalah meningkatkan penjualan perusahaan.

Untuk meningkatkan penjualan, maka strategi pemasaran memegang peranan penting di dalamnya ini disebabkan karena hanya para pemasar yang berhubungan langsung dengan konsumen dan calon konsumen, sehingga dapat mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen yang sebenarnya. Selain kebutuhan dan keinginan konsumen pemasar juga memahami tentang jenis dan kualitas barang dan jasa yang diharapkan konsumen begitu pula tentang kemampuan atau daya beli konsumen dan ini merupakan hal penting untuk mengambil kebijakan dalam penetapan harga jual. Oleh karena itu perusahaan dalam memproduksi barang dan jasa sangat membutuhkan informasi dari bagian pemasaran.

Pengertian pemasaran secara luas adalah merupakan siklus sosial dan penerapan fungsi-fungsi manajemen yang mana seseorang atau organisasi memperoleh apa yang mereka butuhkan dan keinginan mereka dengan cara penciptaan, melakukan penawaran secara teratur yang memiliki nilai antara satu

dengan yang lainnya. Konsep ini mengacu dari konsep utama daripada pemasaran, yaitu; kebutuhan, keinginan dan permintaan, produk, nilai, biaya dan kepuasan, pertukaran, transaksi dan hubungan, pasar, pemasaran dan pemasar.

Sedangkan tujuan pemasaran itu sendiri adalah usaha untuk dapat mengenal dan memahami konsumen potensial atau pelanggan, dengan produk yang dihasilkan tepat dengannya sehingga dapat laku terjual. Tanggung jawab seorang pemasar adalah bagaimana pelanggan siap membeli barang dan jasa yang disiapkan perusahaan.

Pada dasarnya tujuan utama kegiatan pemasaran adalah untuk mendukung tercapainya tujuan perusahaan dengan cara memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Sedangkan tujuan tersebut dapat dicapai dengan menerapkan berbagai strategi pemasaran.

Strategi pemasaran yang paling banyak diterapkan organisasi atau perusahaan dalam memasarkan produknya adalah bauran pemasaran (*marketing mix*). Unsur-unsur *marketing mix* di antaranya adalah: produk, harga, promosi dan distribusi.

Bersumber dari hasil survei pada lokasi penelitian Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato) unsur-unsur *marketing mix* yang perlu mendapat perhatian adalah kualitas pelayanan dan penetapan harga jual yang dapat meningkatkan penjualan.

Di tengah persaingan yang semakin ketat, maka yang paling menentukan keberhasilan sebuah usaha adalah kualitas pelayanan. Terkait dengan pelayanan, maka faktor-faktor yang perlu diperhatikan oleh pelaku bisnis adalah; fakta secara

langsung seperti fasilitas dalam bentuk fisik, kelengkapan, karyawan atau personil, dan sarana atau alat komunikasi, dapat diandalkan, merupakan suatu kemampuan terhadap pelayanan yang dijanjikan yang dapat memuaskan konsumen. cepat tanggap, yakni suatu keinginan oleh karyawan dalam memberikan bantuan kepada para pelanggan dan memberikan pelayanan cepat tanggap. Jaminan atau pelayanan, meliputi segala bentuk kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang mereka dimiliki oleh para personil, terbebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan serta empati, seperti adanya kemudahan dalam melakukan sosialisasi, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan/konsumen.

Strategi penetapan harga jual suatu produk maupun jasa merupakan strategi pemasaran yang dapat menghasilkan. Faktor utama yang dapat menentukan jumlah penjualan baik barang maupun jasa adalah kemampuan perusahaan dalam menetapkan harga jual. Penetapan harga merupakan suatu yang sulit bagi setiap perusahaan karena penetapan harga bukanlah kekuasaan sepenuhnya pihak perusahaan melainkan melibatkan pihak konsumen. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan perusahaan dalam menetapkan harga yaitu; untuk mendapatkan keuntungan yang optimal, menguasai pangsa pasar yang menjadi sasaran, menguasai atau memerah pasar, mendapatkan hasil penerimaan penjualan secara maksimal pada waktu yang telah ditetapkan, mendapatkan keuntungan yang direncanakan dan melaksanakan kegiatan promosi bagi produk.

Keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan penjualan di samping harus didukung oleh unsur strategi pemasaran yang juga harus didukung oleh kegiatan penjualan produk baik barang maupun jasa itu sendiri. Faktor-faktor yang harus diperhatikan agar, baik menjual maupun negosiasi penjualan, peluang untuk memperoleh penjualan dapat ditingkatkan, di antaranya; keterampilan penjual, sikap penjual, pengetahuan penjual dan media komunikasi.

Terkait dari uraian latar belakang yang diuraikan, maka judul penelitian dapat dirumuskan “ **Pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga jual terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato**”.

1.2. Rumusan Masalah

Bertitik tolak dari uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah penelitian adalah :

1. Apakah kualitas pelayanan dan penetapan harga jual secara simultan berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato.
2. Apakah kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato.
3. Apakah penetapan harga jual secara parsial berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud penelitian

Maksud penelitaian yang dilakukan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato adalah melakukan pengumpulan data-data yang diperlukan dalam penyusunan karya ilmiah untuk dianalisis dan selanjutnya penarikan kesimpulan baik dalam bentuk data primer maupun data sekunder.

1.3.2. Tujuan Penelitian

Bertitik tolak dari rumusan masalah maka yang menjadi tujuan penelitian adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga jual secara simultan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato.
2. Untuk menganalisis berpengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato.
3. Untuk menganalisis berpengaruh harga jual secara parsial berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato.

1.4. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian yang dilakukan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato adalah :

1. Untuk praktisi; menjadi dasar dalam menjalankan aktivitas dalam mencapai tujuan khususnya Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato.
2. Untuk akademisi; tambahan atau rujukan bagi akademika khususnya akademika Universitas Ichsan Gorontalo.
3. Untuk peneliti; tambahan ilmu pengetahuan terutama mengenai strategi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan penjualan baik dalam bentuk produk maupun jasa dan menjadi rujukan bagi peneliti di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kualitas Pelayanan

Di era persaingan strategi bauran pemasaran belum cukup untuk dapat tetap bersaing. Oleh karena itu dibutuhkan suatu nilai tambah atau nilai lebih untuk memenangkan persaingan di antaranya adalah memberikan pelayanan yang maksimal.

Kualitas pelayanan yang optimal dapat memberikan kepuasan pelanggan perusahaan. Tingkat kualitas yang lebih tinggi akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang lebih tinggi, sehingga para pemasar saat ini memandang tugas peningkatan kualitas terhadap produk dan jasa sebagai prioritas utama dalam memberikan nilai tambah bagi pelanggan.

Munculnya perusahaan yang menawarkan produk dan jasa, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak, sehingga kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar, hal ini dikarenakan adanya alternatif atau pilihan lain yang ditawarkan pesaing.

Terkait dengan kualitas, Fandy Tjiptono dan Anastasia (2001 : 27) memberikan penjelasan, bahwa untuk perusahaan manufaktur terdapat beberapa dimensi sudut pandang mutu atau kualitas, yaitu ; kinerja operasi pokok dari produk inti, ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), kehandalan (*releability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai, kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*), daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk bersangkutan dapat terus

digunakan, *serviceability*, meliputi; kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, penanganan keluhan yang memuaskan, estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indera dan kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

Sedangkan untuk perusahaan jasa dimensi kualitas meliputi fakta secara langsung seperti fasilitas dalam bentuk fisik, kelengkapan, karyawan atau personil, dan sarana atau alat komunikasi, dapat diandalkan, merupakan suatu kemampuan terhadap pelayanan yang dijanjikan yang dapat memuaskan. cepat tanggap, yakni syatu keinginan oleh karyawan dalam memberikan bantuan kepada para konsumen dan memberikan pelayanan cepat tanggap. Jaminan atau pelayanan, misalnya segala bentuk kemampuan, tata krama dan sifat dapat dipercaya yang mereka dimiliki para personil, terbebas dari ancaman bahaya, risiko akan atas keragu-raguan dan empati, yaitu kemudahan dalam melakukan sosialisasi, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan/konsumen.

Pelayanan berhubungan kuat dengan tingkat kepuasan para pelanggan dan keuntungan. Tingkatan mutu produk yang lebih tinggi dapat menciptakan pula tingkat kepuasan pelanggan yang lebih tinggi pula, sehingga para pemasar dewasa ini melihat, bahwa tugas dan tanggung jawabnya adalah memperbaiki mutu produk (barang dan jasa) menjadi kegiatan utama untuk meningkatkan nilai tambah bagi pelanggan/konsumen. Munculnya perusahaan sebagai pesaing yang menawarkan produk dan jasa yang sama, maka konsumen memiliki pilihan yang semakin banyak, sehingga kekuatan tawar menawar konsumen semakin besar.

Lupiyodi (2006 : 144), menjelaskan pengertian mutu merupakan keseluruhan tanda-tanda dan persyaratan-persyaratan dalam suatu produk yang berhubungan dengan kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan yang ditetapkan. Untuk dapat meningkatkan kegiatan pemasaran, maka perlu menjadi perhatian dalam hal ini mutu/kualitas produk yang mendukung, yang mana pengertian terhadap kualitas atau mutu menurut Fandy Tjiptono (2007 : 51) mendeskripsikan mutu atau kualitas produk suatu kondisi yang bersifat dinamis terutama yang berhubungan dengan produk, barang, jasa, manusia dan lingkungan yang dapat memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan.

Konsep mutu itu sendiri pada dasarnya memiliki sifat yang relatif yaitu sangat tergantung dari sudut pandang yang dipakai dalam menetapkan ciri dan spesifikasi produk. Fandy Tjiptono (2007:59) menjelaskan, bahwa yang dimaksud dengan pelayanan adalah jauh perbedaan-perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atau konsumen terhadap pelayanan yang mereka dapatkan. Seandainya mutu atau kualitas jasa yang didapatkan melebihi harapan para pelanggan, maka mutu atau kualitas jasa dipersepsikan yang sangat ideal dan begitu pula sebaliknya.

Kepuasan pelanggan pada hakikatnya adalah merupakan penilaian terakhir terhadap kualitas suatu produk atau jasa. Kualitas dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang kuat. Kualitas dapat memberikan dorongan kepada pelanggan atau konsumen untuk merancang ikatan yang kuat dengan pihak perusahaan. Untuk jangka panjang keterikatan seperti ini dapat memungkinkan

perusahaan lebih memahami dengan seksama harapan pengan serta kebutuhan mereka semaksimal mungkin.

2.2. Harga

Strategi penetapan harga merupakan salah satu unsur strategi bauran pemasaran yang memiliki peranan besar dalam pencapaian tujuan perusahaan. Penetapan harga jual suatu produk atau jasa merupakan faktor penentu keberhasilan seorang pemasar dalam menjalankan tugasnya. Oleh karena itu, seorang pemasar dituntut untuk tetap fokus dalam menetapkan harga jual produknya.

Pengembalian biaya yang dikeluarkan perusahaan umumnya berupa harga dari produk yang dihasilkan. Menurut Sofjan Assauri (2004 : 223) bahwa harga adalah satu-satunya unsur *marketing mix* yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsurlainnya hanya unsur biaya saja. Harga lahir dari adanya kesepakatan antara pembeli dan penjual yang saling bernegosiasi. Umumnya penjual menginginkan harga yang lebih tinggi sedangkan pembeli menginginkan harga yang lebih murah/rendah.

Philip Kotler (1997 : 107) mengartikan harga merupakan satu-satunya bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan; elemen-elemen lainnya menimbulkan biaya. Pengertian lain harga menurut Philip Kotler adalah salah satu elemen bauran pemasaran paling fleksibel, harga dapat dirubah dengan cepat, tidak seperti feature produk dan perjanjian distribusi.

Kasmir (2012 : 53) mendefinisikan harga adalah sejumlah uang yang diserahkan dalam pertukaran untuk mendapatkan suatu barang atau jasa. Kasmir juga menjelaskan bahwa harga merupakan suatu yang penting untuk diperhatikan, mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk yang ditawarkan.

Sofjan Assauri (2004 : 224) bahwa dalam penetapan harga perlu diperhatikan faktor-faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung. Faktor yang mempengaruhi harga secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, adanya peraturan pemerintah dan faktor lainnya. Lebih lanjut Sofjan Assauri (2004 : 224) menjelaskan, bahwa faktor yang mempengaruhi penetapan harga jual secara tidak langsung adalah harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan (*discount*) untuk para penyalur dan konsumen.

Sofjan Assauri (2004 : 224 - 227) menyatakan bahwa terdapat beberapa tujuan sehingga perlu dilakukan penetapan harga jual yaitu untuk mendapatkan keuntungan yang optimal, menguasai pangsa pasar yang menjadi sasaran, menguasai atau memerah pasar, mendapatkan hasil penerimaan penjualan secara maksimal pada waktu yang telah ditetapkan, mendapatkan keuntungan yang direncanakan dan melaksanakan kegiatan promosi bagi produk.

Lebih lanjut Sofjan Assauri (2004 : 227 – 229) menyatakan bahwa beberapa prosedur penetapan harga adalah :

1. Penetapan harga dengan orientasi biaya,

2. Penetapan harga dengan orientasi permintaan dan
3. Penetapan harga dengan orientasi pesaing.

Menurut Kasmir (2012 : 53), langkah-langkah yang perlu ditempuh dalam menetapkan harga yang tepat terhadap suatu produk adalah :

1. Menentukan tujuan penetapan harga.
2. Memperkirakan permintaan, biaya dan laba.
3. Memilih strategi harga untuk membantu menentukan harga dasar.
4. Menyesuaikan harga dasar dengan taktik penetapan harga.

2.3. Penjualan

Sebelum memberikan definisi mengenai manajemen penjualan, ada dua istilah yang selama ini menjadikan pemahaman tersebut menjadi rancu, yaitu istilah pemasaran dan istilah penjualan. Willian J. Stanton dan Charles Futrell 1987 dalam Danang Sanyoto (2013 : 1) mendefinisikan pemasaran adalah sistem secara menyeluruh daripada usaha yang dapat ditujukan dalam merencanakan, menetapkan harga jual, melaksanakan promosi dan melakukan distribusi produk berupa barang, jasa, idea atau konsep kepada pasar yang dituju sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan yang direncanakan. Bertitik tolak pengertian tersebut, maka siklus kegiatan pemasaran dapat dimulai jauh sebelum barang-barang bersangkutan diproduksi dan berakhirnya aktivitas tersebut jauh setelah penjualan selesai.

Sedangkan Menurut Dauglas J, dkk di Kutip Basu Swasta (2005), manajemen penjualan adalah perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian

program-program kontak tatap muka yang dirancang untuk mencapai tujuan penjualan perusahaan.

Menurut Danang Sunyoto (2013 : 15) bahwa penjual dituntut memiliki kriteria yang dibutuhkan itu antara lain :

1. Pengetahuan tentang kebutuhan konsumen,
2. Karakteristik produk,
3. Kegiatan-kegiatan para pesaing,
4. Kebijakan perusahaan,
5. Kemampuan menjual,
6. Banyak praktik untuk meningkatkan keterampilan menjual,
7. Mempunyai antusiasme,
8. Memiliki ketekunan dalam usaha,
9. Dapat bertindak bijaksana dan
10. Mempunyai stamina yang kuat.

Penjualan merupakan sebuah proses di mana kebutuhan pembeli dan kebutuhan penjualan di penuhi, melalui antar pertukaran informasi dan kepentingan.

Kepemimpinan kerja menjual merupakan salah satu faktor yang sangat penting dalam menentukan keberhasilan penjual dalam menjual produk. Kepemimpinan kerja penjual dapat diartikan sebagai kemampuan dalam mempengaruhi persepsi konsumen dan motivasinya untuk membeli produk yang memberikan kepada dua belah pihak.

Pokok-pokok kepemimpinan penjual menurut Awan Prabu Mangkunegara (2002 : 81) adalah :

1. Dapat menciptakan iklim hubungan harmonis antara penjual dengan pembeli.
2. Dapat mempengaruhi persepsi pembeli dalam memaknai istilah produk secara benar fungsi dan kegunaan produk yang ditawarkan.
3. Mendorong terjadinya pembeli yang dapat menjadi langganan dan sekaligus mempromosikan produk kepada keluarga, tetangga dan kerabatnya.
4. Menetapkan pencapaian target yang sifatnya lebih menantang atau yang lebih besar dari sebelumnya.
5. Dapat mengatur waktu kerja secara efektif dan harmonis demi kepentingan suatu bisnis ataupun perhatian kepada keluarganya.
6. Mengelola masukan dari berbagai pihak demi perbaikan kegiatan bisnis lebih lanjut.

Pada dasarnya untuk mencapai kesuksesan dalam menjual maka yang perlu menjadi perhatian utama adalah komunikasi. Menurut Awan Prabu Mangkunegara (2002 : 83) bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi penjual dan pembeli adalah :

1. Keterampilan penjual

Penjual sebagai penyampai atau pengirim pesan perlu menguasai informasi, baik secara tertulis maupun lisan. Keterampilan yang dimiliki penjual dalam menyampaikan informasi tentang produk kepada pembeli dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelinya.

2. Sikap penjual

Sikap penjual dapat berpengaruh kepada pembeli. Penjual yang bersikap angkuh terhadap pembeli dapat mengakibatkan pesan yang disampaikan ditolak oleh pembeli. Begitu pula, sikap penjual yang ragu-agu dapat mengakibatkan pembeli tidak percaya terhadap pesan yang disampaikan. Oleh karena itu penjual harus mampu meyakinkan pembeli terhadap informasi produk yang disampaikan.

3. Pengetahuan penjual

Penjual yang memiliki pengetahuan umum yang luas serta pemahaman tentang produk yang mendalam dapat berkomunikasi dengan baik terhadap pembeli. Demikian, pembeli akan lebih mudah mengenal produk yang ditawarkan kepadanya.

4. Media komunikasi

Media komunikasi dapat membantu keberhasilan penyampaian pesan kepada pembeli. Oleh karena itu, pilihan media komunikasi yang akan digunakan harus sesuai dan efektif bagi calon pembeli.

Menurut Philip Kotler (1997 : 16) bahwa konsep penjualan menyatakan bahwa konsumen, jika diabaikan, biasanya tidak akan membeli produk organisasi dalam jumlah yang cukup. Karena itu, organisasi harus melakukan usaha penjualan dan promosi yang agresif.

Menurut Buchory (2010 :228), bahwa *sales force* dapat diterjemahkan dalam beberapa istilah, seperti tenaga penjualan, karyawan penjualan, konsultan penjualan, teknisi penjualan, atau tenaga lapangan. Akan tetapi lebih cenderung

menerjemahkan dengan istilah tenaga penjualan/wiraniaga. Lebih lanjut Buchory mendefinisikan bahwa tenaga penjualan atau wiraniaga adalah petugas yang ditunjuk perusahaan sebagai penghubung kepada konsumen, yang bertugas mencari dan memberikan informasi-informasi penting yang dibutuhkan mengenai konsumen.

Kirbrandoko (2005 : 106) bahwa banyak faktor yang harus diperhatikan agar, baik menjual maupun negosiasi penjualan, peluang untuk memperoleh penjualan dapat ditingkatkan, di antaranya sebagai berikut :

1. Pengetahuan produk dan manfaatnya.
2. Pengetahuan produk pesaing dan manfaatnya.
3. Perencanaan persentase penjualan.
4. Penetapan sasaran penjualan.
5. Memahami perilaku pembeli.

Sifat dasar dan peran kegiatan menjual adalah merupakan perumusan jelas untuk memperoleh penjualan. Ini merupakan perumusan jelas yang menyembunyikan apa yang sering kali merupakan proses yang kompleks, menyangkut penggunaan serangkaian prinsip-prinsip, teknik-teknik dan keterampilan seseorang yang mendasar secara menyeluruh dan mencakup berbagai jenis tugas menjual yang luas.

2.4. Kerangka Pikir

Kerangka pikir yang biasa juga disebut kerangka konseptual merupakan alur penelitian secara keseluruhan. Dalam penelitian ini yang menjadi obyek penelitian adalah kualitas pelayanan, penetapan harga jual dan penjualan. Indikator-

indikator variabel penelitian menurut pendapat ahli. Fandy Tjiptono dan Anastasia (2001 : 27 memberikan penjelasan, bahwa untuk perusahaan jasa dimensi kualitas meliputi; fakta secara langsung seperti fasilitas dalam bentuk fisik, kelengkapan, karyawan atau personil, dan sarana atau alat komunikasi, dapat diandalkan, merupakan suatu kemampuan terhadap pelayanan yang dijanjikan yang dapat memuaskan. cepat tanggap, yakni suatu keinginan oleh karyawan dalam memberikan bantuan kepada konsumen dan memberikan pelayanan cepat tanggap. Jaminan atau pelayanan, di antaranya segala bentuk kemampuan, tata krama dan sifatnya dapat dipercaya yang mereka miliki oleh para personil, terbebas dari bahaya, risiko terhadap keraguan dan empati, misalnya adanya kemudahan dalam melakukan sosialisasi, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan para pelanggan/konsumen.

Variabel penetapan harga jual menurut Sofjan Assauri (2004 : 224 - 227) menyatakan bahwa ada beberapa tujuan penetapan harga adalah :

1. Mendapatkan keuntungan secara optimal,
2. Menguasai pangsa pasar tertentu,
3. Memerah atau memanfaatkan situasi pasar,
4. Mendapatkan hasil penerimaan penjualan maksimum,
5. Mencapai keuntungan yang telah ditetapkan dan
6. Dapat mempromosikan produk secara maksimal.

Sedangkan terkait dengan variabel penjualan menurut Awan Prabu Mangkunegara (2002 : 83) bahwa faktor-faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi penjual dan pembeli adalah :

1. Keterampilan penjual

Penjual sebagai komunikator untuk dapat mengirim pesan perlu menguasai informasi, baik secara tertulis maupun lisan. Keterampilan yang dimiliki penjual dalam menyampaikan informasi tentang produk kepada pembeli dapat mempengaruhi pengambilan keputusan pembelinya.

2. Sikap penjual

Sikap penjual dapat berpengaruh kepada pembeli. Penjual yang bersikap angkuh terhadap pembeli dapat mengakibatkan pesan yang disampaikan ditolak oleh pembeli. Begitu pula, sikap penjual ragu-agu dapat mengakibatkan pembeli tidak percaya terhadap pesan yang disampaikannya. Oleh karena itu penjual harus mampu meyakinkan pembeli terhadap informasi produk yang disampaikannya.

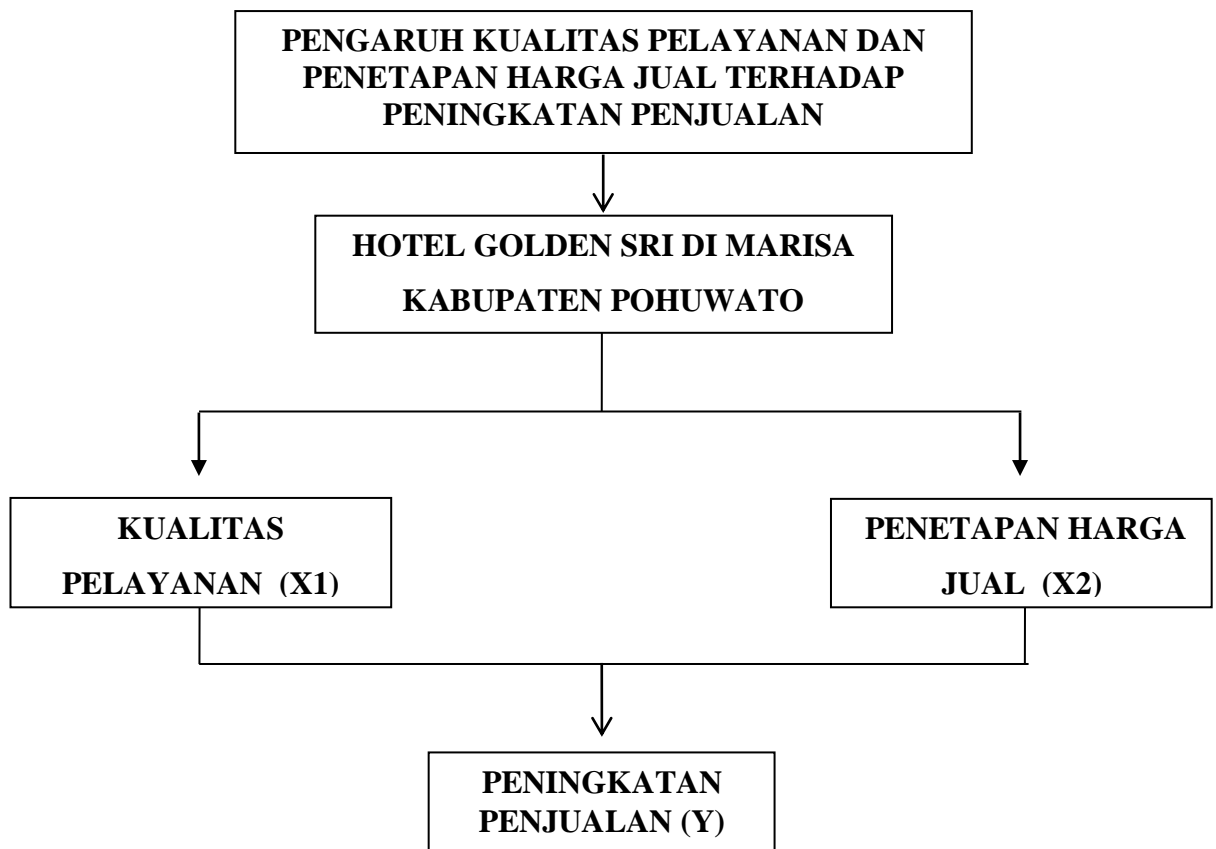
3. Pengetahuan penjual

Penjual dituntut untuk memiliki pengetahuan yang luas serta pemahaman tentang produk yang mendalam dapat berkomunikasi dengan baik terhadap pembeli. Demikian, pembeli akan lebih mudah mengenal produk yang ditawarkan kepadanya.

4. Media komunikasi

Media komunikasi dapat membantu keberhasilan penyampaian pesan kepada pembeli. Oleh karena itu, pilihan media komunikasi yang akan digunakan harus sesuai dan efektif bagi calon pembeli.

Gambar 2.1. Kerangka Pikir



2.5. Hipotesis

Menyimak kajian kajian teori yang di kemukakan pada bab tinjauan pustakan, maka hipotesis penelitian adalah :

1. Kualitas pelayanan dan penetapan harga jual secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato.

3. Penetapan harga jual secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato.

BAB III

OBYEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Obyek Penelitian

Obyek penelitian yang menjadi sasaran penelitian adalah kualitas pelayanan, penetapan harga jual dan peningkatan penjualan. Lokasi penelitian yang dipilih adalah Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato. Sedangkan waktu yang diperlukan untuk mengumpulkan data diperkirakan memakan waktu kurang lebih 3 (tiga) bulan.

3.2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data penelitian dapat dilakukan melalui beberapa cara :

- a. *Observasi*, yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara pengamatan langsung terhadap obyek penelitian.
- b. *Interview*, adalah penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada pihak-pihak yang mengetahui terhadap permasalahan yang diteliti.
- c. *Kuisisioner*, yaitu menyebarkan angket kepada responden yang berisi pertanyaan-pertanyaan untuk di tanggapi oleh responden.

3.3. Sumber Data

Adapun sumber data penelitian untuk dapat merampungkan karya ilmiah ini adalah :

1. Data primer; data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian dengan cara membagikan daftar kuisisioner kepada para responden.
2. Data sekunder; data sekunder adalah data yang diperoleh dari luar lokasi penelitian termasuk buku-buku yang dijadikan literatur.

3.4. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya Sugiyono (2007 : 61).

Penelitian yang dilakukan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato tidak dilakukan dengan sistim populasi mengingat populasi yang tidak terbatas. Oleh sebab itu, pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan penarikan sampel.

3.5. Sampel

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian dapat dilakukan berdasarkan beberapa cara. Sugiyono (2011 : 90 - 91) memberikan saran-saran sehubungan jumlah sampel untuk penelitian seperti :

1. Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500.

2. Bila sampel dibagi dalam kategori (misalnya ; pria- wanita, pegawai negeri-swasta dan lain-lain) maka jumlah anggota sampel setiap kategori minimal 30.
3. Bila dalam penelitian akan melakukan analisis dengan multivariate (korelasi atau regresi berganda misalnya), maka jumlah anggota sampel minimal 10 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Misalnya variabel penelitiannya ada 5 (independen + dependen), maka jumlah anggota sampel = $10 \times 5 = 50$.
4. Untuk penelitian eksperimen dan kelompok kontrol, maka jumlah anggota sampel masing-masing antara 10 s/d 20.

Dari ke empat karakteristik tersebut, peneliti menarik sampel berdasarkan pendapat pada bagian pertama di atas, maka penulis menentukan sampel mengacu pada bagian pertama yaitu ukuran sampel antara 30 s/d 500. Oleh sebab itu, penulis mengambil sampel sebanyak 30 orang responden dengan pemilihan sampel secara acak, yaitu siapa saja konsumen Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato yang ditemui dan memenuhi syarat yang ditentukan peneliti.

3.6. Oprasionalisasi Variabel Penelitian

Variabel pada penelitian ini adalah : Variabel bebas (X) yang terdiri dari : kualitas pelayanan (X_1) dan penetapan harga jual (X_2) dan variabel terikat (Y) yaitu peningkatan penjualan Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato. Operasionalisasi variabel penelitian dimaksudkan untuk memberi batasan-batasan variabel-variabel yang diteliti dan indikator masing-masing variabel.

Tabel 3.1
Operasionalisasi Variabel Kelualitas Pelayanan dan
Penetapan Harga Jual

Variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X_1)	a. Bukti langsung b. Kehandalan c. Daya tanggap Jaminan d. Jaminan e. Empati.	Ordinal
Penetapan Harga Jual (X_2)	a. Memperoleh laba yang maksimum, b. Mendapatkan pangsa pasar tertentu, c. Memerah pasar, d. Mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu, e. Mencapai keuntungan yang ditargetkan dan f. Mempromosikan produk.	Ordinal

Sumber : Fandy Tjiptono dan Anastasia 2001 dan Sofjan Assauri 2004

Tabel 3.2
Operasionalisasi Variabel Penjualan

Variabel	Indikator	Skala
Penjualan (Y)	a. Keterampilan penjual b. Sikap penjual c. Pengetahuan penjual d. Media komunikasi	Ordinal

Sumber : Awan Prabu Mangkunegara 2002

3.7. Metode Analisis Data

Untuk menganalisis data primer yaitu data yang telah dikumpulkan melalui kuisioner tentang perilaku konsumen dan volume penjualan, maka digunakan metode analisis :

3.7.1. Analisis Regresi Berganda

Untuk mengukur pengaruh variabel bebas (kualitas pelayanan dan penetapan harga jual) terhadap variabel terikat (penjualan) digunakan metode analisis regresi linier berganda dengan rumus sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \epsilon$$

Di mana :

Y = Peningkatan Penjualan

X₁ = Kualitas pelayanan

X₂ = Penetapan harga jual

a = Konstanta atau nilai tetap

b₁, b₂ = Koefesien variabel

ε = Standar error

3.7. 2. Analisis Korelasi

Korelasi adalah metode analisis yang digunakan untuk mengukur hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, dengan rumus:

$$r_{XY} = \frac{n\sum X_i Y_i - (\sum X_i)(\sum Y_i)}{\sqrt{\{n\sum X_i^2 - (\sum X_i)^2\} \{n\sum Y_i^2 - (\sum Y_i)^2\}}}$$

Keterangan :

r_{XY} = Besarnya hubungan antara variabel strategi pemasaran dengan variabel penjualan.

n = Jumlah populasi yang akan dijadikan responden.

Dalam Riduwan (2004 : 221), menjelaskan, bahwa harga korelasi (r) akan didasarkan atau dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai korelasi (r) berikut.

Tabel 3.3
Interpretasi Koefisien Nilai r

Interpretasi validitas (r)	Keterangan
0,80 - 1,000	Selalu/sangat setuju/sangat baik
0,60 - 0,799	Sering/setuju/baik
0,40 - 0,599	Kadang-kadang/ragu-ragu/cukup baik
0,20 - 0,399	Jarang/kurang setuju/kurang baik
0,00 - 0,199	Tidak pernah/tidak setuju/tidak baik

Sumber : Riduwan 2004

3.7.3. Uji signifikan

Uji signifikan digunakan untuk mengukur kelayakan hubungan atau korelasi (r) antara variabel strategi pemasaran (kualitas pelayanan, promosi dan harga jual) dengan variabel penjualan. Untuk mengetahui tingkat kelayakan atau signifikan suatu penelitian pada regresi berganda atau *multiple variable* digunakan uji F dan uji t dengan taraf signifikan tertentu. Pada penelitian ini memilih taraf signifikan sebesar 0,05 dan tingkat kebebasan (dk) $n - 2$.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Sejarah Singkat Lokasi Penelitian

4.1.1. Sejarah Singkat Hotel Golden Sri

Cikal bakal berdirinya Hotel Golden Sri pada tahun 2011 yang artinya, sudah berusia 11 tahun. Pada mulanya Hotel Golden Sri dikenal orang hanyalah sebuah kos-kosan. Setelah itu M. Sri (Mahkota Sri) yang sempat terbakar sehingga membutuhkan banyak energi untuk bangkit kembali. Namun berkat keuletan Ibu Sri Masri Sumuri, SE dan Bapak Almarhum Anwar Mustafa, SE berkeinginan untuk mengubahnya menjadi hotel yang kemudian dikenal dengan Hotel Golden Sri.

Ibu Sri Masri Sumuri, SE dan Bapak Almarhum Anwar Mustafa, SE yang didukung oleh beberapa karyawannya berusaha keras tanpa kenal lelah untuk lebih mengembangkan Hotel Golden Sri untuk dapat tetap bersaing.

Sekarang Hotel Golden Sri mengalami perkembangan pesat dan menjadi salah saingan berat bagi para pesaingnya di Marisa Kabupaten Pohuwato. Hotel Golden Sri dalam menjalankan kegiatan operasional kesehariannya didukung beberapa unsur utama di antaranya :

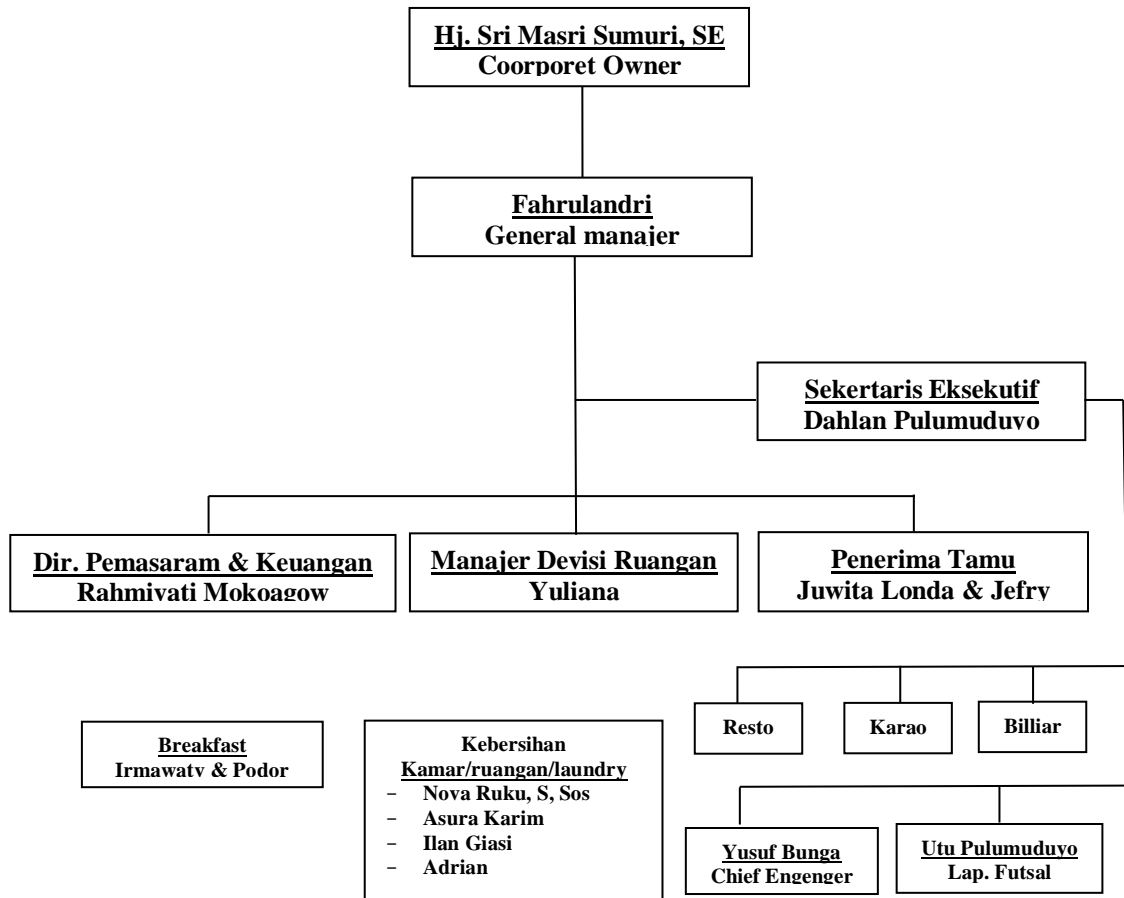
1. Jumlah karyawan sebanyak 15 orang.
2. Jumlah kendaraan operasional 2 unit.
3. Jumlah kamar sebanyak 22.
4. Lapangan Futsal.
5. Ruang Karaoke

6. Lapangan Billiard
7. Tarif kamar yang bervariasi di antaranya :
 - a. Kamar standar tarif Rp. 175.000
 - b. Kamar Deluxe tarif Rp. 275.000 dan
 - c. Kamar Suite tarif Rp. 600.000.
8. Sarana dan prasarana pendukung Hotel Golden Sri di Marisa :
 - a. Gedung besar 150 kapasitas orang dengan fasilitas sound Sistem, AC Standing 5 PK tarif Rp. 1.500.000.
 - b. Gedung kecil kapasitas 50 orang dengan fasilitas sound Sistem, AC Standing 3 PK tarif Rp. 1.000.000
 - c. Lap. Futsal perjam Rp. 150.000
 - d. Billiar 9 sped Rp. 35.000/jam
 - e. Billiar 8 sped Rp. 25.000/jam
 - f. Karaoke VIP Rp. 75.000/jam
 - g. Karaok standar Rp 50.000/jam

4.1.2. Struktur Organisasi Hotel Golden Sri

Struktur organisasi Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato adalah sebagai berikut.

Gambar 4.2. Struktur Organisasi Hotel Golden Sri



4.2. Deskripsi Hasil Penelitian

4.2.1. Deskriptif Varaibel Harga Jual, Kualitas Pelayanan dan Volume

Penjualan

Sebelum melakukan analisis dan menggambarkan terhadap hasil peneltia, maka terlebih dahulu yang dilakukan adalah menentukan skala penilaian untuk masing-masing item pertanyaan, baik variabel bebas (X) maupun variabel terikat (Y) terlebih dahulu menghitung rentang skalanya. Adapun hasilnya adalah :

$$\text{Bobot terendah X item X jumlah responden} = 1 \times 1 \times 30 = 30$$

$$\text{Bobot tertinggi X item X jumlah responden} = 5 \times 1 \times 30 = 150$$

Dari perhitungan rentang skala di atas bobot terendah sampai pada bobot tertinggi adalah :

$$\text{Rentang Skala} = \frac{150 - 30}{5} = 24$$

Tabel 4.4
Rentang Skala Skor Item Tanggapan Responden

Range	Kategori
30 - 53	Tidak setuju
54 - 77	Kurang setuju
78 - 101	Ragu-ragu
102 - 125	Setuju
126 - 149	Sangat setuju

Sumber : Data olahan, 2022

4.2.2. Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan.

Hasil penelitian dan analisis data setiap item atau pernyataan pada variabel kualitas pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel. 4.5
Deskriptif Tanggapan Responden terhadap
Variabel Kualitas Pelayanan

Item Pertanyaan											
Tanggapan Responden			I			II			III		
			F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5			9	45	30	16	80	53,33	11	55	36,67
4			21	84	70	8	32	26,67	11	44	36,67
3			0	0	0	6	18	20	8	24	26,66
2			0	0	0	0	0	0	0	0	0
1			0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah			30	129	100	30	130	100	30	123	100
IV			V			VI			VII		
F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
15	75	50	15	75	50	19	95	63,33	21	105	70
10	40	33,33	10	40	33,33	10	40	33,33	9	36	30
5	15	16,67	5	15	16,67	1	3	3,33	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	130	100	30	130	100	30	138	100	30	141	100

VIII			IX			X			XI		
F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
15	75	50	13	65	43,33	11	55	36,66	16	80	53,33
12	48	40	14	56	46,67	17	68	56,67	12	48	40
3	9	10	3	9	10	2	6	6,67	2	6	6,67
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	132	100	30	130	100	30	129	100	30	134	100
XII			XIII			XIV					
F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%			
10	50	33,33	11	55	36,67	6	30	20			
12	48	40	16	64	53,33	15	60	50			
7	21	23,33	3	9	10	8	24	26,67			
1	2	3,33	0	0	0	1	2	3,33			
0	0	0	0	0	0	0	0	0			
30	121	100	30	128	100	30	116	100			

Sumber : Data olahan, 2022

Tanggapan responden item pertama kualitas pelayanann adalah fasilitas Hotel Golden Sri sangat memuaskan pelanggan yakni 30% responden memberikan pernyataan sangat setuju dan 70% responden yang memberikan pernyataan setuju. Adapun total skor pada item pertama variabel kualitas pelayanan pada Hotel Golden Sri adala sebesar 129 dan ini menandakan bahwa kualitas pelayanan terkait sarana dan prasarana sangat setuju.

Tanggapan responden pada item kedua mengenai tambahan kelengkapan Hotel Golden Sri sangat memuaskan adalah 53,33% responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, 26,67% responden yang memberikan pernyataan setuju dan 20% responden yang memberikan perntaan ragu-ragu. Sementara total skor pada item kedua variabel kualitas pelayanan adalah 130 artinya, para pelanggan sangat setuju tentang kelengkapan pada Hotel Golden Sri.

Tanggapan responden pada item ke tiga “karyawan Hotel Golden Sri sangat sesuai dengan kompetensinya” yaitu 36,67% responden yang memberikan

pernyataan sangat setuju, 36,67% orang responden memberikan pernyataan setuju dan 26,66% orang responden yang memberikan pernyataan ragu-ragu. Sedangkan total skor pada item ke tiga variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 123. Artinya, rata-rata responden setuju terhadap pernyataan "karyawan Hotel Golden Sri sangat sesuai dengan kompetensinya" setuju.

Tanggapan responden pada item ke empat tentang "karyawan Hotel Golden Sri sangat memuaskan ditinjau dari segi kuantitas atau jumlah" adalah 50% orang responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, 33,33% orang responden yang memberikan pernyataan setuju dan 16,67% orang responden yang memberikan pernyataan ragu-ragu. Total skor pada item ke empat variabel kualitas pelayanan sebesar 130. Hanya ini mengandung arti, bahwa pernyataan tentang karyawan Hotel Golden Sri sangat memuaskan ditinjau dari segi kuantitas atau jumlah menurut tanggapan responden sangat setuju.

Tanggapan responden pada item ke lima adalah sarana komunikasi Hotel Golden Sri ditinjau dari segi kualitasnya sangat memuaskan adalah 50% orang responden yang menyatakan sangat setuju, 33,33% orang responden yang menyatakan setuju dan 16,67% orang responden yang memberikan pernyataan ragu-ragu. Total skor pada item ke lima variabel kualitas pelayanan yaitu 130. Hal ini menjelaskan, bahwa sarana komunikasi Hotel Golden Sri ditinjau dari segi kualitasnya sangat memuaskan menyatakan sangat setuju.

Tanggapan responden pada item ke enam yang mengatakan "sarana komunikasi Hotel Golden Sri dari segi kuantitas atau jumlah sangat memadai mendapat pernyataan adalah 63,33% orang responden yang memberikan

pernyataan sangat setuju, 33,33% orang responden yang memberikan pernyataan setuju dan 3% orang responden memberikan pernyataan ragu-ragu. Total skor pada item ke enam variabel kualitas pelayanan sebesar 138. Dengan demikian pernyataan tentang sarana komunikasi Hotel Golden Sri dari segi kuantitas atau jumlahnya sangat memadai menurut pernyataan responden sangat setuju.

Tanggapan responden pada item ke tujuh tentang kemauan para karyawan untuk membantu kepada konsumen atau pelanggan pada Hotel Golden Sri sangat tinggi yakni 70% responden yang memberikan pernyataan sangat setuju dan 30% responden yang memberikan pernyataan setuju. Total skor pada item ke tujuh adalah 141, artinya, pada dasarnya para responden sangat setuju tentang kemauan para karyawan untuk membantu kepada konsumen atau pelanggan pada Hotel Golden Sri sangat tinggi.

Tanggapan responden pada item ke delapan mengenai kemauan para karyawan untuk membantu kepada konsumen atau pelanggan pada Hotel Golden Sri sangat tinggi adalah 50% responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, 40% responden yang memberikan pernyataan setuju dan 10% orang responden menyatakan ragu-ragu sementara total skor sebesar 132 dengan demikian pernyataan responden sangat setuju tentang item ini.

Tanggapan responden pada item ke sembilan tentang kemampuan staf atau karyawan Hotel Golden Sri sangat tinggi adalah 43,33% responden yang memberikan tanggapan sangat setuju, 36,67% responden yang memberikan tanggapan setuju 10% responden yang memberikan tanggapan ragu-ragu. Total

skor pada item ke sembilan variabel kualitas pelayanan sebesar 130, dengan demikian rata-rata tanggapan responden pada item ini sangat setuju.

Tanggapan responden pada item ke sepuluh tentang pernyataan “karyawan Hotel Golden Sri sangat sopan” mendapat tanggapan yakni 36,66% responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 56,67% responden yang memberikan jawaban setuju dan 6,67% responden memberikan responden ragu-ragu. Total skor pada item ke sepuluh adalah 129, artinya pernyataan ini menurut responden sangat setuju.

Tanggapan responden pada item ke sebelas mengenai “sifat dapat dipercaya karyawan Hotel Golden Sri sangat tinggi menurut responden adalah 53,33% orang responden yang memberikan tanggapan sangat setuju, 40% responden yang memberikan jawaban setuju dan 6,67% responden memberikan jawaban ragu-ragu. Total skor pada item ke sebelas variabel kualitas pelayanan yakni 134 merupakan suatu gambaran, bahwa rata-rata tanggapan responden sangat setuju.

Tanggapan responden pada item kedua belas tentang “tanggapan karyawan Hotel Golden Sri terhadap konsumen sangat cepat” adalah 33,33% responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, 40% responden yang memberikan tanggapan setuju, 23,33% responden yang memberikan pernyataan ragu-ragu dan 3,33% responden yang memberikan jawaban kurang setuju. Total skor pada item kedua belas adalah 121. Hal tersebut menjelaskn, bahwa rata tanggapan responden tentang pernyataan pada item ini setuju.

Tanggapan responden pada item ke tiga belas mengenai “tanggapan konsumen dalam melakukan komunikasi dengan karyawan Hotel Golden Sri

sangat cepat menurut tanggapan responden adalah 36,67% responden yang memberikan tanggapan sangat setuju, 53,33% responden yang memberikan tanggapan setuju dan 10% responden memberikan tanggapan ragu-ragu. Total skor pada item ke tiga belas variabel kualitas pelayanan yakni sebesar 128 dan ini menjelaskan, bahwa rata-rata tanggapan responden pada item ini sangat setuju.

Tanggapan responden pada item ke empat belas mengenai “perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan konsumen oleh karyawan Hotel Golden Sri adalah 20% responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, 50% responden yang memberikan jawaban setuju, 26,67% responden yang memberikan jawaban ragu-ragu dan 3,33% responden yang memberikan jawaban kurang setuju. Total skor item ke empat belas adalah sebesar 116 dan ini mendeskripsikan, bahwa perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan konsumen oleh karyawan Hotel Golden Sri rata-rata disetujui oleh para responden.

4.2.3. Deskripsi Hasil Penelitian Variabel Harga Jual

Analisis deskriptif variabel harga jual produk (barang) seperti yang tertera pada tabel berikut ini.

Tabel. 4.6
Deskripsi Tanggapan Responden terhadap Variabel Harga Jual

Item Pertanyaan									
Tanggapan Responden	I			II			III		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5	1	5	3,33	20	100	66,67	12	60	40
4	6	24	20	7	28	23,33	13	52	43,33
3	21	63	70	3	9	10	4	12	13,33
2	1	2	3,33	0	0	0	1	2	3,33
1	1	1	3,33	0	0	0	0	0	0
Jumlah	30	95	100	30	137	100	30	126	100

IV			V			VI		
F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
16	80	53,33	14	70	46,67	5	25	16,67
11	44	36,67	11	44	36,67	4	16	13,33
2	6	6,67	3	9	10	13	39	43,33
1	2	3,33	2	4	6,66	5	10	16,67
0	0	0	0	0	0	3	3	10
30	132	100	30	127	100	30	93	100

Sumber : Data olahan, 2022

Deskripsi hasil penelitian tentang variabel strategi penetapan harga jual pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato tiap item pernyataan adalah sebagai berikut.

Tanggapan responden pada item pertama “Penetapan harga jual Hotel Golden Sri untuk memperoleh laba maksimum” menurut responden adalah 3,33% orang responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, 20% orang responden yang memberikan pernyataan setuju, 70% orang responden yang memberikan pernyataan ragu-ragu, 3,33% orang responden yang menyatakan kurang setuju dan 3,33% orang responden yang memberikan jawaban tidak setuju. Total skor pada item pertama variabel strategi penetapan harga jual adalah 95. Artinya pernyataan mengenai penetapan harga jual Hotel Golden Sri untuk memperoleh laba maksimum diragukan para responden.

Tanggapan responden pada item ke dua “Penetapan harga jual Hotel Golden Sri untuk menguasai pangsa pasar” menurut responden adalah 66,67% responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, 23,33% orang responden yang memberikan pernyataan setuju dan 10% orang responden memberikan pernyataan ragu-ragu. Total skor pada item ke dua variabel strategi penetapan

harga pada Hotel Golden Sri di Marisa sebesar 137, artinya pernyataan ini rata-rata sangat disetujui oleh para responden.

Tanggapan responden pada item ke tiga “Penetapan harga jual Hotel Golden Sri untuk memerah atau memanfaatkan situasi pasar” mendapat tanggapan adalah 40% orang responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, 43,33% orang responden yang memberikan jawaban setuju, 13,33% orang responden yang memberikan pernyataan ragu-ragu dan 3,33% orang responden yang memberikan jawaban kurang setuju. Total skor item ketiga adalah 126 mengandung arti, bahwa rata-rata tanggapan responden pada item ke tiga sangat setuju.

Tanggapan responden pada item ke empat “Penetapan harga jual Hotel Golden Sri mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu tertentu” adalah 53,33% orang responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 36,67% orang responden yang memberikan jawaban setuju, 6,67% orang responden memberikan jawaban ragu-ragu dan 3,33% orang responden yang memberikan jawaban kurang setuju. Total skor item ke empat adalah 132 dan ini merupakan suatu tanda, bahwa pernyataan pada item ini mendapat tanggapan responden sangat setuju.

Tanggapan responden pada item ke lima “Penetapan harga jual Hotel Golden Sri mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu” adalah 46,67% orang responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, 36,67% orang responden yang memberikan pernyataan setuju, 10% orang responden memberikan jawaban ragu-ragu dan 6,66% orang responden yang memberikan jawaban kurang setuju. Total skor item ke lima adalah 127 dan ini

menunjukkan, bahwa Penetapan harga jual Hotel Golden Sri mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu para responden sangat setuju.

Tanggapan responden pada item ke enam “Penetapan harga jual Hotel Golden Sri untuk mempromosikan produk” menurut responden adalah 16,67% orang responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 13,33% orang responden yang memberikan jawaban setuju, 43,33% orang responden memberikan jawaban ragu-ragu, 16,67% orang responden menanggapi kurang setuju dan 10% orang responden yang memberikan jawaban tidak setuju. Total skor item ke enam adalah 93 dan ini merupakan suatu tanda, bahwa Penetapan harga jual Hotel Golden Sri untuk mempromosikan produk diragukan oleh para responden.

4.2.4. Analisis Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Variabel Peningkatan Volume Penjualan.

Deskripsi jawaban responden terhadap variabel peningkatan volume penjualan Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato sebagaimana pada tabel berikut.

Tabel. 4.7
Deskriptif Tanggapan Responden terhadap Variabel
Peningkatan Volume Penjualan

Item Pertanyaan									
Tanggapan Responden	I			II			III		
	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
5	10	50	33,33	12	60	40	11	55	36,67
4	13	52	43,33	13	52	43,33	17	61	56,67
3	6	18	20	4	12	13,33	2	6	6,66
2	1	2	3,33	1	2	3,33	0	0	0
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jumlah	30	122	100	30	126	100	30	122	100

IV			V			VI			VII		
F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%	F	Skor	%
10	50	33,33	10	50	33,33	11	55	36,67	12	50	40
16	64	53,33	16	64	53,33	16	64	53,33	12	48	40
4	12	13,33	4	12	13,33	3	9	10	5	15	16,67
0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	3,33
0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
30	126	100	30	126	100	30	128	100	30	115	100

Sumber : Data telah diolah 2022

Item pertama dengan pernyataan “para karyawan Hotel Golden Sri memiliki keterampilan dalam melayani konsumennya” mendapat tanggapan responden adalah 33,33% orang responden yang memberikan pernyataan sangat setuju, 43,33% orang responden yang memberikan tanggapan setuju, 20% orang responden yang memberikan jawaban ragu-ragu dan 3,33% orang responden yang memberikan tanggapan kurang setuju. Total skor pada item pertama ini adalah 122 dengan demikian pernyataan tentang para karyawan Hotel Golden Sri memiliki keterampilan dalam melayani konsumennya rata-rata disetujui responden.

Item ke dua adalah sikap para karyawan Hotel Golden Sri sangat ramah kepada konsumen mendapat tanggapan responden; 40% responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 43,33% orang responden yang memberikan jawaban setuju, 13,33% responden memberikan jawaban ragu-ragu dan 3,33% orang responden yang memberikan jawaban kurang setuju. Total skor pada item ke dua adalah 126 dan hal ini menjelaskan, bahwa para responden sangat setuju terhadap pernyataan ”sikap para karyawan Hotel Golden Sri sangat ramah kepada konsumen”.

Item ke tiga dengan pernyataan “Sikap para karyawan Hotel Golden Sri sangat sopan kepada konsumen” mendapat tanggapan 36,67% responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 56,67% orang responden yang memberikan jawaban setuju dan 6,66% orang responden yang memberikan jawaban ragu-ragu. Total skor item ke tiga adalah 122, artinya para responden setuju dengan pernyataan pada item ke tiga.

pernyataan pada item ke empat adalah karyawan Hotel Golden Sri cepat tanggap dalam melayani konsumennya adalah 33,33% orang responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 53,33% orang responden yang memberikan jawaban setuju 13,33% orang responden yang memberikan jawaban kurang setuju. Total skor item ke empat adalah 126 hal ini menggambarkan, banya rata-rata responden sangat setuju dengan pernyataan tersebut.

Pada item ke lima dengan pernyataan “Karyawan Hotel Golden Sri memiliki pengetahuan yang luas dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya” mendapat tanggapan dari responden; 33,33% orang responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 53,33% orang responden yang memberikan jawaban setuju dan 13,33% orang responden memberikan jawaban ragu-ragu. Total skor item ke lima adalah sebesar 126. Oleh karena itu dapat disimpulkan para responden sangat setuju dengan pernyataan, bahwa karyawan Hotel Golden Sri memiliki pengetahuan yang luas dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.

Pernyataan pada item ke enam adalah karyawan Hotel Golden Sri menguasai media komunikasi untuk meningkatkan penjualannya mendapat tanggapan responden; 36,67% orang responden yang memberikan jawaban sangat setuju dan 53,33% orang responden yang memberikan pernyataan setuju dan 10% orang responden memberikan jawaban ragu-ragu. Total skor item ke enam adalah 128. Hal ini menunjukkan, bahwa para responden sangat setuju dengan pernyataan ”karyawan Hotel Golden Sri menguasai media komunikasi untuk meningkatkan penjualannya”.

Pernyataan pada item ke tujuh adalah Hotel Golden Sri memiliki sarana atau media komunikasi yang lengkap bagi konsumennya mendapat respon; 40% orang responden yang memberikan jawaban sangat setuju, 40% orang responden yang memberikan jawaban setuju, 16,67% orang responden memberikan jawaban ragu-ragu dan 3,33% orang responden yang memberikan jawaban kurang memahami. Total skor item ke tujuh adalah 115 dengan demikian dapat disimpulkan, bahwa para responden setuju dengan pernyataan Hotel Golden Sri memiliki sarana atau media komunikasi yang lengkap bagi konsumennya.

4.3. Pengujian Hipotesis

4.3.1. Analisis Regresi Berganda

Tabel. 4.8

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.279	1.475		-.867	.394
	Kualitas Pelayanan	1.161	.354	.542	3.283	.003
	Harga Jual	.121	.194	.103	.622	.539
a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan						

Sumber : Data olahan, 2022

Melihat pada tabel koefisien variabel di atas, maka dapat dilihat hasil olahan data, dengan demikian persamaan regresi berganda yakni $Y = -1,279 + 1,161X_1 + 0,121X_2 + \epsilon$. Dari persamaan ini dapat dijelaskan, bahwa :

Nilai konstanta atau nilai tetap (a) sama dengan -1,279 merupakan suatu gambaran, bahwa kondisi penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa bila variabel kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga jual diabaikan. Artinya, pihak Hotel Golden Sri tidak mengalami peningkatan penjualan justru sebaliknya, yaitu mengalami kerugian sebesar 1,279 poin. Dapat juga dijelaskan, jika variabel kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga jual diasumsikan sama dengan nol (0), maka pihak Hotel Golden Sri mengalami penurunan penjualan sebesar 1,279 poin.

Koefisien variabel kualitas pelayanan (b_1) 1,161 mendeskripsikan, bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif atau secara langsung besar 1,161 terhadap peningkatan penjualan secara parsial pada Hotel Golden Sri di Marisa.

Hal ini menunjukkan, jika kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar satu satuan, maka penjualan akan ikut meningkat sebesar 1,161 poin.

Sedangkan koefisien variabel strategi penetapan harga jual (b_2) sebesar 0,121 memberikan suatu menggambarkan, bahwa strategi penetapan harga jual memiliki pengaruh positif atau secara langsung terhadap penjurngkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa. Makna yang terkandung di dalamnya adalah jika strategi penetapan harga jual ditingkatkan satu satuan, maka penjualan akan ikut meningkat sebesar 0,121 poin.

Tabel 4.9
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.582 ^a	.339	.290	.448
a. Predictors: (Constant), Harga Jual, Kualitas Pelayanan				

Sumber : Data olahan, 2022

Hasil olahan data sebagaimana yang tertera pada tabel *model summary* di atas diman nilai koefiesien determinasi (r^2) = 0,339. Koefisien determinasi atau koefisien penentu ini nejelaskan besarnya kontribusi atau pengaruh variabel kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga jual secara simultan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa adalah 33,90%. Sedangkan sisanya sebesar 66,10% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, misalnya kegiatan promosi, sarana dan prasarana dan lokasi.

4.3.2. Analisis Korelasi dan Uji Signifikan

Untuk mengukur korelasi atau keeratan hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lainnya digunakan metode analisis korelasi (r) jika karelasi diukur

secara parsial dan korelasi (R) jika mengukur korelasi secara simultan. Hasil analisis data yang dilakukan pada Hotel Golden Sri di Marisa tergambar pada tabel *Model Summary* sebelum dimana nilai $R = 0,582$. Hal tersebut menjelaskan kereatan hubungan atau korelasi secara simultan antara variabel independen (kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga jual) dengan variabel dependen (peningkatan penjualan) pada Hotel Golden Sri di Marisa sebesar 58,20% dan hubungan ini merupakan suatu hubungan yang cukup erat.

Sedangkan untuk uji signifikan secara simultan atau uji F. Dapat dikonsultasikan pada tabel ANOVA^b berikut.

Tabel 4.10

ANOVA^b

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.787	2	1.394	6.930	.004 ^a
	Residual	5.430	27	.201		
	Total	8.217	29			
a. Predictors: (Constant), Harga Jual, Kualitas Pelayanan						
b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan						

Sumber : Data olahan, 2022

Mengacu pada tabel anova^b di atas, maka uji signifikan secara simultan (uji F) korelasi antara variabel independen (kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga jual) dengan variabel dependen (peningkatan penjualan) pada Hotel Golden Sri adalah F hitung (6,930) > F tabel (3,34) dngan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya hubungan secara simultan sebesar 58,20% varibel kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga dengan peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa adalah signifikan.

Untuk analisis korelasi secara parsial dan uji signifikan secara parsial (uji t) dapat dikonsultasikan pada tabel korelasi berikut.

Tabel 4.11
Correlations

		Kualitas Pelayanan	Harga Jual	Peningkatan Penjualan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.317	.574**
	Sig. (2-tailed)		.087	.001
	N	30	30	30
Harga Jual	Pearson Correlation	.317	1	.274
	Sig. (2-tailed)	.087		.142
	N	30	30	30
Peningkatan Penjualan	Pearson Correlation	.574**	.274	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.142	
	N	30	30	30
**, Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).				

Sumber : Data olahan, 2022

Selanjutnya, analisis korelasi dan uji signifikan secara parsial (uji t) merujuk pada tabel korelasi dan tabel koefisien sebelumnya adalah :

1. Korelasi atau hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa secara parsial sebesar 0,574 atau 57,40% dan hubungan ini masuk dalam kategori cukup kuat. Sedangkan Uji signifikan secara parsial antara variabel kualitas pelayanan dan peningkatan penjualan dengan membandingkan antara t tabel dengan t hitung. Pada tabel koefisien sebelumnya didapatkan hasil t hitung sebesar 3,283 > t tabel sebesar 0,374 dengan demikian H₀ ditolak dan H₁ diterima. Hal ini menjelaskan, bahwa hubungan antara variabel kualitas pelayanan dengan peningkatan

penjualan secara parsial pada Hotel Golden Sri di Marisa sebesar 57,40% adalah signifikan.

2. Korelasi atau hubungan antara variabel strategi penetapan harga jual dengan peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa secara parsial sebesar 0,274 atau 27,40% dan hubungan tersebut masuk dalam kategori lemah. Uji signifikan secara parsial antara variabel strategi penetapan harga jual dan peningkatan penjualan dengan membandingkan antara t tabel dengan t hitung. Pada tabel koefisien sebelumnya didapatkan hasil t hitung sebesar $0,622 > t$ tabel sebesar $0,374$ dengan demikian H_0 ditolak dan H_1 diterima. Hal ini menjelaskan, bahwa hubungan antara variabel strategi penetapan harga jual dengan peningkatan penjualan secara parsial pada Hotel Golden Sri di Marisa sebesar 27,40% adalah signifikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan dari pada penelitian yang dilakukan pada Hotel Golden Sri di Marisa telah dilakukan analisis data adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga jual secara simultan berpengaruh positif sebesar 0,339 dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato.
2. Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif sebesar 1,161 dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato.
3. Strategi penetapan harga jual secara parsial berpengaruh positif sebesar 0,121 dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato.

5.2. Saran

Setelah melakukan analisis data dan menarik kesimpulan, maka saran-saran yang dapat dipetik adalah :

1. Pihak Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato mempertahankan kualitas pelayanan yang berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan.

2. Pihak Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato lebih bijak dalam memilih strategi penetapan harga jual karena memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan.
3. Pihak Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato memperhatikan variabel-variabel lain seperti kegiatan promosi, sarana dan prasarana hotel, meningkatkan kompetensi karyawan dengan melalui pelatihan dan studi banding, pengadaan kanting yang lebih presentatif dan penambahan area lokasi parkir.
4. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan meneliti variabel-variabel yang belum sempat diteliti pada karya ilmiah ini khususnya variabel yang dapat meningkatkan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Prabu Mangkunegara, 2002. *Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi, Bandung, Penerbit PT. Refika Aditama.
- Assauri Sofjan, 2004. *Manajemen Pemasaran*, Edisi I, Cetakan 7, Jakarta, Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.
- Buchory Achmad Herry, 2010. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan Pertama, Penerbit Linda Karya Bandung.
- Danang Sunyoto, 2013. *Manajemen Pemasaran*, Cetakan I, Bandung, Penerbit PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Kasmir, dkk, 2012. *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi Revisi, Jakarta, Penerbit Kencana Prenada Media Group.
- Kirbrandoko, 2005. *Teknik dan Manajemen Penjualan*, Jakarta, Penerbit Binarupa Aksara.
- Kotler Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Bahasa Indonesia, Edisi Revisi, Jilid 1, Jakarta, Penerbit PT. Prenhalindo.
- Lupliyadi, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Riduwan, 2004. *Metode Penelitian dan Teknik Penyusunan Tesis*, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Sugiyono, 2007. *Statistika untuk Penelitian*, Revisi terbaru, Cetakan Keduabelas, Bandung, Penerbit Alfabeta.
-, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*, Cetakan Keduabelas, Bandung, Penerbit Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Irawan, (2005) *Asas-asas marketing*, Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono Fandy, 2007. *Strategi pemasaran*, Edisi 3, Yogyakarta, Penerbit CV. Andi offset.
- Tjiptono Fandy dan Anastasia, 2001. *Total Quality Management*, Edisi Revisi, Yogyakarta, Penerbit Andi.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Jadwal Penelitian

Kegiatan	Tahun 2021/2022									
	Sep.	Okt.	Nop.	Des.	Jan.	Feb.	Maret	April	Mei	Juni
Observasi										
Usulan judul										
Penyusunan Proposal & Bimbingan										
Ujian Proposal										
Revisi Proposal										
Pengelolaan Data & Bimbingan										
Ujian Skripsi										
Revisi										

Lampiran 2. Kuisisioner Penelitian

A. Biodata Responden

Nama :
 Jenis kelamin :
 Usia :
 Pendidikan :
 Pekerjaan :

B. Jawablah Pertanyaan Sesuai Petunjuk Berikut Jika :

SS = Sangat Setuju (5)
 S = Setuju (4)
 RR = Ragu-ragu (3)
 KR = Kurang Setuju (2)
 TS = Tidak Setuju (1)

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Uraian		SS	S	RR	KS	TS
Item	Kualitas Pelayanan					
1	Fasilitas atau sarana Hotel Golden Sri sangat memuaskan	5	4	3	2	1
2	Tambahan kelengkapan Hotel Golden Sri sangat memuaskan	5	4	3	2	1
3	Karyawan Hotel Golden Sri sangat sesuai dengan kompetensinya.	5	4	3	2	1
4	Karyawan Hotel Golden Sri sangat memuaskan ditinjau dari segi kuantitas atau jumlahnya	5	4	3	2	1
5	Sarana komunikasi Hotel Golden Sri ditinjau dari segi kualitasnya sangat memuaskan.	5	4	3	2	1
6	Sarana komunikasi Hotel Golden Sri dari segi kuantitas atau jumlahnya sangat memadai.	5	4	3	2	1
7	Kemauan para karyawan untuk membantu kepada konsumen atau pelanggan pada Hotel Golden Sri sangat tinggi.	5	4	3	2	1
8	Kemauan karyawan untuk memberikan pelayanan kepada konsumen pada Hotel Golden Sri sangat tinggi.	5	4	3	2	1
9	Kemampuan staf atau karyawan Hotel Golden Sri sangat tinggi.	5	4	3	2	1
10	Karyawan Hotel Golden Sri sangat sopan.	5	4	3	2	1

11	Sifat dapat dipercaya karyawan Hotel Golden Sri sangat tinggi.	5	4	3	2	1
12	Tanggapan karyawan Hotel Golden Sri terhadap konsumen sangat cepat.	5	4	3	2	1
13	Tanggapan konsumen dalam melakukan komunikasi dengan karyawan Hotel Golden Sri sangat cepat.	5	4	3	2	1
14	Perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan konsumen oleh karyawan Hotel Golden Sri	5	4	3	2	1

2. Variabel Strategi Penetapan Harga Jual

Uraian		SS	S	RR	KS	TS
Item	Penetapan Harga Jual					
1	Penetapan harga jual Hotel Golden Sri untuk memperoleh laba maksimum	5	4	3	2	1
2	Penetapan harga jual Hotel Golden Sri untuk menguasai pangsa pasar	5	4	3	2	1
3	Penetapan harga jual Hotel Golden Sri untuk memerah atau memanfaatkan situasi pasar	5	4	3	2	1
4	Penetapan harga jual Hotel Golden Sri mencapai tingkat hasil penerimaan penjualan maksimum pada waktu itu	5	4	3	2	1
5	Penetapan harga jual Hotel Golden Sri mencapai keuntungan yang ditargetkan	5	4	3	2	1
6	Penetapan harga jual Hotel Golden Sri untuk mempromosikan produk	5	4	3	2	1

3. Variabel Peningkatan Penjualan

Uraian		SS	S	RR	KS	TS
Item	Peningkatan Penjualan					
1	Para karyawan Hotel Golden Sri memiliki keterampilan dalam melayani konsumennya.	5	4	3	2	1
2	Sikap para karyawan Hotel Golden Sri sangat ramah kepada konsumen.	5	4	3	2	1
3	Sikap para karyawan Hotel Golden Sri sangat sopan kepada konsumen..	5	4	3	2	1
4	Karyawan Hotel Golden Sri cepat tanggap dalam melayani konsumennya.	5	4	3	2	1

5	Karyawan Hotel Golden Sri memiliki pengetahuan yang luas dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.	5	4	3	2	1
6	Karyawan Hotel Golden Sri menguasai media komunikasi untuk meningkatkan penjualannya.	5	4	3	2	1
7	Hotel Golden Sri memiliki sarana atau media komunikasi yang lengkap bagi konsumennya.	5	4	3	2	1

Lampiran 3. Tabulasi T. Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan

No.	Item Pertanyaan														Total	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1	4	5	4	4	5	3	5	5	4	5	5	3	4	4	60	4,29
2	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	61	4,36
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	55	3,93
4	4	5	5	5	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	58	4,14
5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	3	3	59	4,21
6	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	66	4,71
7	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3	56	4,00
8	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3	3	4	3	58	4,14
9	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	3	55	3,93
10	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	65	4,64
11	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	60	4,29
12	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	64	4,57
13	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	5	5	64	4,57
14	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	2	3	4	60	4,29
15	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	57	4,07
16	4	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	4	64	4,57
17	4	5	3	3	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	59	4,21
18	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55	3,93
19	5	3	4	3	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	60	4,29
20	4	3	3	3	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	60	4,29
21	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	66	4,71
22	4	5	3	4	3	4	4	3	5	4	5	4	5	5	58	4,14
23	5	3	3	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	61	4,36
24	4	3	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4,00
25	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	63	4,50
26	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	61	4,36
27	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	64	4,57
28	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	3	63	4,50
29	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	66	4,71
30	5	4	4	5	3	5	5	3	4	4	4	3	5	3	57	4,07
Total	129	130	123	130	130	138	141	132	130	129	134	121	128	116	1811	129,36

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

**Lampiran 4. Tabulasi Hasil T. Responden Terhadap Variabel Strategi
Penetapan Harga Jual**

No.	1	2	3	4	5	6	Jumlah	Rata-rata
1	3	5	4	5	5	2	24	4,00
2	4	5	5	5	5	5	29	4,83
3	4	4	4	4	4	3	23	3,83
4	3	5	4	4	4	3	23	3,83
5	3	5	4	4	4	1	21	3,50
6	3	3	5	5	5	5	26	4,33
7	3	5	4	3	5	4	24	4,00
8	3	5	5	5	5	3	26	4,33
9	3	5	5	5	4	2	24	4,00
10	5	5	5	5	5	3	28	4,67
11	3	5	5	5	4	5	27	4,50
12	3	5	5	5	5	1	24	4,00
13	3	4	4	4	4	3	22	3,67
14	3	4	4	5	5	4	25	4,17
15	4	3	4	2	3	4	20	3,33
16	4	5	5	5	5	2	26	4,33
17	3	4	3	4	2	3	19	3,17
18	3	4	3	4	2	3	19	3,17
19	3	5	3	5	3	3	22	3,67
20	3	4	3	4	3	3	20	3,33
21	3	5	2	4	4	3	21	3,50
22	4	5	4	5	5	2	25	4,17
23	4	5	5	5	5	5	29	4,83
24	3	4	4	4	4	3	22	3,67
25	3	5	4	4	4	3	23	3,83
26	3	5	4	4	4	1	21	3,50
27	3	3	5	5	5	5	26	4,33
28	3	5	4	3	5	4	24	4,00
29	1	5	5	5	5	3	24	4,00
30	2	5	5	5	4	2	23	3,83
Jumlah	95	137	126	132	127	93	710	118,33

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Lampiran 5. Tabulasi T. Responden terhadap Variabel Peningkatan Penjualan

No.	1	2	3	4	5	6	7	Jumlah	Rata-rata
1	3	4	4	3	3	5	4	26	3,71
2	5	5	4	4	4	5	5	32	4,57
3	3	3	4	4	4	5	3	26	3,71
4	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
5	4	4	5	4	4	4	4	29	4,14
6	5	4	5	5	5	5	4	33	4,71
7	4	4	5	4	5	4	4	30	4,29
8	4	5	4	4	5	5	5	32	4,57
9	4	4	4	4	4	5	4	29	4,14
10	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00
11	3	2	4	4	4	3	2	22	3,14
12	5	5	5	5	5	5	5	35	5,00
13	4	5	5	4	4	5	5	32	4,57
14	4	5	5	5	4	4	5	32	4,57
15	3	3	3	3	3	4	3	22	3,14
16	5	5	5	5	5	3	5	33	4,71
17	5	5	5	5	4	4	5	33	4,71
18	5	3	4	3	3	4	3	25	3,57
19	3	3	4	4	5	4	3	26	3,71
20	4	4	3	3	3	4	4	25	3,57
21	5	4	4	4	4	5	4	30	4,29
22	3	4	4	4	4	4	4	27	3,86
23	4	4	4	4	4	4	4	28	4,00
24	4	5	4	4	4	4	4	29	4,14
25	4	5	5	5	5	5	5	34	4,86
26	4	5	4	5	5	4	5	32	4,57
27	5	4	4	5	4	5	5	32	4,57
28	4	4	4	4	4	3	3	26	3,71
29	5	5	5	5	5	4	5	34	4,86
30	2	4	4	4	4	4	4	26	3,71
Jumlah	78	82	81	81	79	129	25,80	555,8	79,40

Sumber : Hasil Penelitian, 2022

Lampiran 6. Hasil Olahan Data Kuantitatif

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
	B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1 (Constant)	-1.279	1.475		-.867	.394	-4.306	1.748
Kualitas Pelayanan	1.161	.354	.542	3.283	.003	.436	1.887
Harga Jual	.121	.194	.103	.622	.539	-.277	.519

a. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.582 ^a	.339	.290	.448	.339	6.930	2	27	.004

a. Predictors: (Constant), Harga Jual, Kualitas Pelayanan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2.787	2	1.394	6.930	.004 ^a
	Residual	5.430	27	.201		
	Total	8.217	29			

a. Predictors: (Constant), Harga Jual, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Peningkatan Penjualan

Correlations

		Kualitas Pelayanan	Harga Jual	Peningkatan Penjualan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.317	.574**
	Sig. (2-tailed)		.087	.001
	N	30	30	30
Harga Jual	Pearson Correlation	.317	1	.274
	Sig. (2-tailed)	.087		.142
	N	30	30	30
Peningkatan Penjualan	Pearson Correlation	.574**	.274	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.142	
	N	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

ABSTRACT

Dahlan Pulumuduyo. E2119232. The effect of service quality and selling price setting on the sales increase at the Golden Sri Hotel in Marisa, Pohuwato Regency

The research objectives are a) to analyze the effect of service quality and selling price setting simultaneously on the sales increase at the Golden Sri Hotel in Marisa, Pohuwato Regency, and b) to analyze the effect of service quality partially on the sales increase at the Golden Sri Hotel in Marisa, Pohuwato Regency, and c) to analyze the effect of selling prices setting partially on the sales increase at the Golden Sri Hotel in Marisa, Pohuwato Regency. Based on the results of quantitative data analysis of research conducted at the Golden Sri Hotel in Marisa, it indicates that: (1) Service quality and selling price setting simultaneously have a positive and significant effect on the sales increase at the Golden Sri Hotel in Marisa, Pohuwato Regency. (2) Service quality partially has a positive and significant effect on the sales increase at the Golden Sri Hotel in Marisa, Pohuwato Regency. (3) The strategy of determining the selling price setting partially has a positive and significant effect on the sales increase at the Golden Sri Hotel in Marisa, Pohuwato Regency.

Keywords: service quality, selling price setting, sales increase

ABSTRAK

Dahlan Pulumuduyo. E2119232. pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga jual terhadap peningkatan penjualan Pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato

Tujuan penelitian adalah: a) Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga jual secara simultan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato. b) Untuk menganalisis berpengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato. c) Untuk menganalisis berpengaruh harga jual secara parsial berpengaruh terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato. Hasil analisis data kuantitatif penelitian yang dilakukan pada Hotel Golden Sri di Marisa telah dilakukan analisis data adalah : (1) Kualitas pelayanan dan strategi penetapan harga jual secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato. (2) Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato. (3) Strategi penetapan harga jual secara parsial berpengaruh positif sebesar dan signifikan terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, penetapan harga jual, peningkatan penjualan

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
LEMBAGA PENELITIAN

Kampus Unisan Gorontalo Lt 3 - Jln. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975 E-mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 19230/PIP/LEMLIT-UNISAN/V/2022
Lampiran :
Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada YTH.
Pemilik Hotel Golden Sri
Di Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DR. Rahmisyari, ST., SE., MM
NIDN : 0929117202
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediaannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan proposal/skripsi, kepada:

Nama Mahasiswa : Dahlan Pulumuduyo
NIM : E2119232
Fakultas : Fakultas Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Lokasi Penelitian : Hotel Golden Sri Marisa
Judul penelitian : Pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga jual terhadap peningkatan penjualan pada Hotel Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato.

atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.

Gorontalo, 05 Mei 2022
Ketua,

DR. Rahmisyari, ST., SE., MM
NIDN : 0929117202

SURAT BALASAN

Hal : Balasan
Kepada Yth, :
Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Ichsan Gorontalo

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Hj. Sri Marsi Sumuri, SE
Jabatan : Pemilik Hotel Golden Sri

Menerangkan bahwa,

Nama : Dahlan Pulumuduyo
NIM : E21.19.232

Telah melakukan penelitian di Hotel Golden Sri sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul “pengaruh kualitas pelayanan dan penetapan harga jual terhadap peningkatan penjualan Pada Hotel Golden Sri di Marisa Kabupaten Pohuwato”
Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya di ucapkan terima kasih.

Marisa, 10 Juni 2022

Hormat kami


Hj. Sri Marsi Sumuri, SE

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
FAKULTAS EKONOMI
SK. MENDIKNAS NOMOR 84/DIO/2001 STATUS TERAKREDITASI DAN-PT.DIKTI
Jalan : Achmad Nadjamuddin No.17 Telp/Fax.(0435) 829975 Kota Gorontalo, www.fe.unisan.ac.id

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI
No. 131/SRP/FE-UNISAN/VI/2022

Yang bertanda tangan di bawah ini :

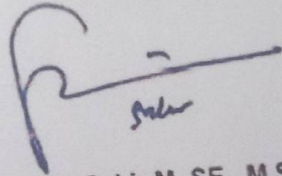
Nama : Dr. Musafir, SE., M.Si
NIDN : 0928116901
Jabatan : Dekan


Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Dahlan Pulumuduyo
NIM : E2119232
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penetapan Harga
Jual Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Hotel
Golden Sri Di Marisa Kabupaten Pohuwato

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil *Similarity* sebesar 8%, berdasarkan Peraturan Rektor No. 32 Tahun 2019 tentang Pendeteksian Plagiat pada Setiap Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Ichsan Gorontalo, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 30%, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIASI** dan layak untuk diujikan. Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Gorontalo, 09 Juni 2022
Tim Verifikasi,


Muh. Sabir M. SE., M.Si
NIDN. 0913088503


Dr. Musafir, SE., M.Si
NIDN. 0928116901

2

Terlampir :
Hasil Pengecekan Turnitin

PAPER NAME

SKRIPSI DAHLAN PULUMUDUYO UNTUK
TURNITING.docx

AUTHOR

DAHLAN PULUMUDUYO

WORD COUNT

8512 Words

CHARACTER COUNT

51961 Characters

PAGE COUNT

51 Pages

FILE SIZE

118.5KB

SUBMISSION DATE

May 31, 2022 4:04 PM GMT+8

REPORT DATE

May 31, 2022 4:08 PM GMT+8

● 8% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 8% Internet database
- Crossref database
- 1% Submitted Works database
- 3% Publications database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Small Matches (Less than 25 words)

8% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 8% Internet database
- Crossref database
- 1% Submitted Works database
- 3% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	text-id.123dok.com	Internet	2%
2	repository.iainpurwokerto.ac.id	Internet	<1%
3	LL Dikti IX Turnitin Consortium on 2019-08-16	Submitted works	<1%
4	vhioletzshop.blogspot.com	Internet	<1%
5	safruonline.blogspot.com	Internet	<1%
6	eprints.stainkudus.ac.id	Internet	<1%
7	scribd.com	Internet	<1%
8	media.neliti.com	Internet	<1%

9	johannessimatupang.wordpress.com	Internet	<1%
10	repository.stieipwija.ac.id	Internet	<1%
11	id.123dok.com	Internet	<1%
12	binderekonomi.blogspot.com	Internet	<1%
13	pdffox.com	Internet	<1%
14	slideserve.com	Internet	<1%

CURRICULUM VITAE

1. Identitas Pribadi



Nama : **DAHLAN PULUMUDUYO**
NIM : E2119233
Tempat/Tgl Lahir : Marisa 10 Maret 1996
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Angkatan : 2018
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Keuangan
Agama : Islam
Alamat : Dusun Terasai Desa Marisa
Selatan Kec.Marisa Kab. Pohuwato

2. Riwayat Pendidikan

1. Menyelesaikan belajar di SD negeri 1 Marisa pada tahun 2010
2. Kemudian melanjutkan kejenjang berikutnya di SMP negeri 1 Marisa pada tahun 2013
3. selanjutnya sekolah di SMK negeri 1 Marisa tidak sempat lulus kemudian ambil PAKET C 2017
4. Dan Kemudian Melanjutkan ke Jenjang Berikutnya Yakni di Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Ichsan Pohuwato (STIE Ichsan Pohuwato) dengan Jurusan Manajemen Kemudian Pada tahun 2019 di konversi ke Universitas Ichsan Gorontalo dan Alhamdulillah pada tahun 2022 telah menyelesaikan pendidikan di Universitas Ichsaan Gorontalo