



**PENGARUH *ONLINE MARKETING* DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP DITENGAH PANDEMI
COVID-19
(Studi Kasus Pada Riche Heritage Hotel Kota Malang)**

Skripsi
Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen

Oleh :

MUHAMAD RIZAL FATONI

NPM 21701081016



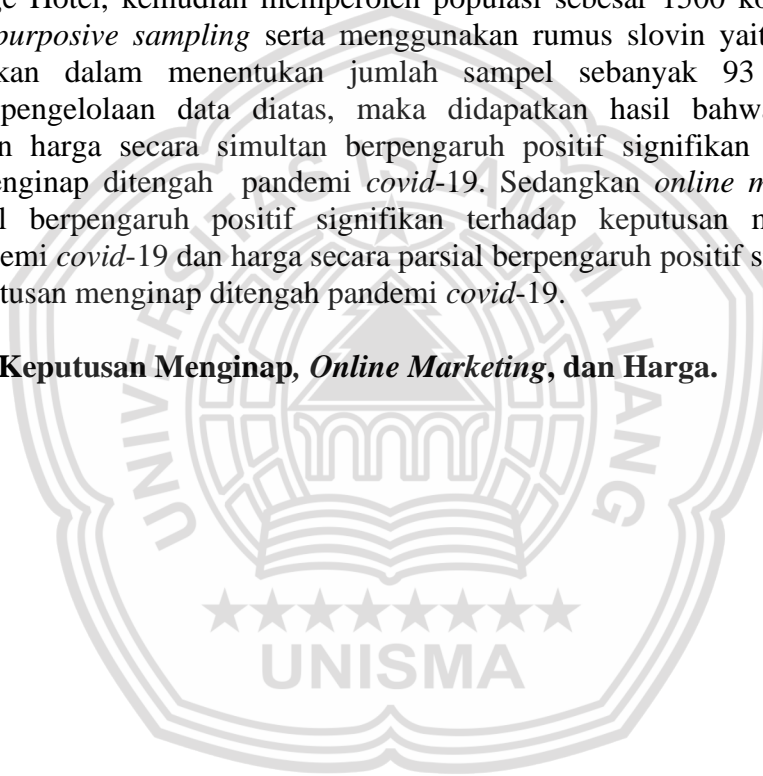
UNIVERSITAS ISLAM MALANG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
2021



ABSTRAKSI

Tujuan dilaksanakannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis keputusan menginap ditengah pandemi *covid-19* pada Riche Heritage Hotel Kota Malang. Adapun variabel yang dapat mempengaruhi adalah *online marketing* dan harga. Jenis penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* artinya menjelaskan mengenai hubungan kausal antara variabel *independent* dengan variabel *dependent* . Metode yang digunakan yaitu analisis deskriptif dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dalam mengelola data dengan alat analisis regresi linier berganda melalui program SPSS. Data yang digunakan merupakan data primer yang diperoleh dengan menggunakan teknik kuisioner. Sesuai data dari Riche Heritage Hotel, kemudian memperoleh populasi sebesar 1500 konsumen. Selanjutnya, *purposive sampling* serta menggunakan rumus slovin yaitu teknik yang digunakan dalam menentukan jumlah sampel sebanyak 93 sampel. Berdasarkan pengelolaan data diatas, maka didapatkan hasil bahwa *online marketing* dan harga secara simultan berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menginap ditengah pandemi *covid-19* . Sedangkan *online marketing* secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menginap ditengah pandemi *covid-19* dan harga secara parsial berpengaruh positif signifikan terhadap keputusan menginap ditengah pandemi *covid-19* .

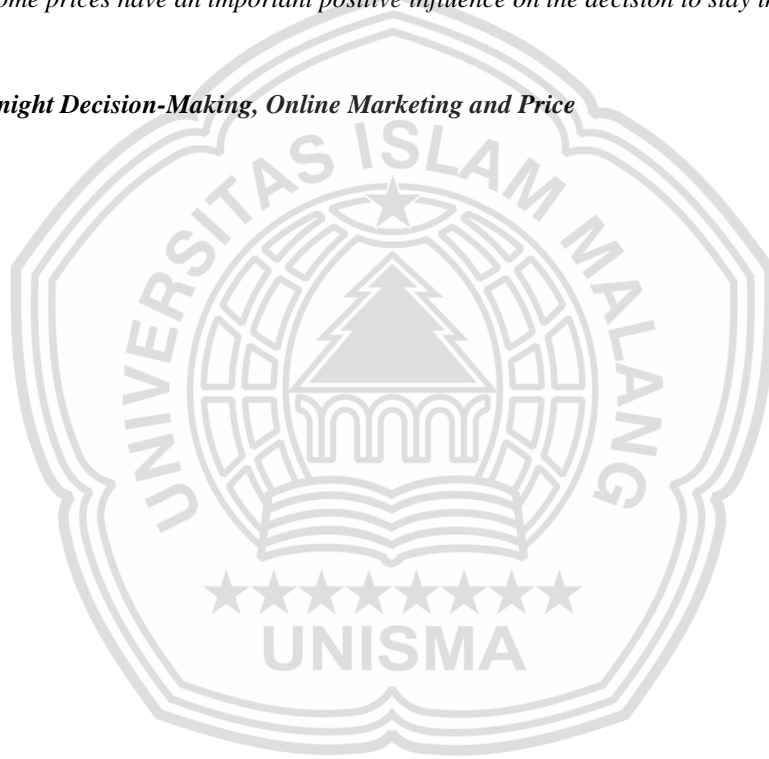
Kata Kunci: Keputusan Menginap, *Online Marketing* , dan Harga.



ABSTRACT

The purposive of this study was to determine and analyze the decision to stay in the Covid-19 pandemic at the Riche Heritage Hotel in Malang City. The variable that can be affected are online marketing and price. This type of research is explanatory research, which means that it explains the causal relationship between the independent variable and dependent variable. The method used is descriptive analyze, which uses quantitative methods to manage dats obtained using questionnaire technology. According to data from Riche Heritage Hotel, 1500 consumers were acquired at that time. In addition, purposeful sampling is performed and the slovin formula is used, a technique used to determine the number of samples up to 93 samples. Based on the above data management, the results show that online marketing and price at the same time have a significant positive impact on the decision to stay in the Covid-19 pandemic, Online marketing has a partial positive influence on the decision to stay in the Covid-19 pandemic, and some prices have an important positive influence on the decision to stay in the Covid-19 pandemic.

Keywords: *Overnight Decision-Making, Online Marketing and Price*



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan sebuah Negara yang terdiri dari ribuan pulau lengkap dengan garis kontur yang sangat tidak diragukan lagi apabila memiliki banyak lokasi wisata alam maupun wisata buatan. Adanya hal ini Negara Indonesia selalu menjadi destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan baik masyarakat domestik maupun mancanegara dalam sektor pariwisata. Dalam hal ini seperti yang dijelaskan Bank Indonesia (BI) menyatakan bahwa sektor pariwisata di Indonesia sudah menjadi penyumbang devisa terbesar kedua setelah kelapa sawit. Selain itu Bank Indonesia percaya kepada sektor pariwisata karena mampu mengembangkan sektor pariwisata menjadi roda perekonomian yang lebih baik seperti di klasifikasikan ada sektor pariwisata, penerbangan, resort, hotel, restoran dan umkm. Yang akan berdampak baik kepada pertumbuhan ekonomi, menyerap tenaga kerja, dan dapat meningkatkan pendapatan perekonomian masyarakat Indonesia (dikutip dari sumber CNBC Indonesia).

Pariwisata merupakan berbagai macam kegiatan wisata serta dapat didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha dan pemerintahan. Dengan adanya sektor pariwisata ini seseorang dapat memiliki hasrat untuk *travelling* bukan hanya menjadi kebutuhan semata akan

tetapi bisa menjadi suatu kebutuhan primer bagi sebagian orang hal ini didukung karena fasilitas dan pemerintah yang sudah memberikan kemudahan untuk mencapai destinasi wisata yang di inginkan. Dalam hal ini sebenarnya menjadi tantangan tersendiri bagi pemerintah untuk meningkatkan infrastruktur yang kurang memadai di Indonesia karena ini merupakan faktor untuk meningkatkan wisatawan baik domestik maupun Internasional. Sektor pariwisata yang diyakini akan tetap menjadi industri yang berkembang di seluruh dunia, Pegamat industri pariwisata dengan melihat kenaikan pengunjung yang lebih tinggi maka akan meningkatkan kebutuhan kamar hotel (dikutip dari sumber Kompas).

Perhotelan merupakan salah satu bisnis industri pariwisata yang sangat kompleks dengan memiliki beragam variasi disiplin dalam ilmu serta dinamika lingkup pekerjaan yang dilakukannya. Dalam SK Menparpostel Nomer KM 34/HK103/MPPT-87, menyatakan bahwa hotel adalah suatu jenis akomodasi yang dapat menggunakan sebagian maupun seluruh bangunan yang digunakan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan, dan minum serta jasa umum lainnya yang dapat digunakan dikelola secara komersial serta dapat memenuhi ketentuan maupun persyaratan yang dapat ditetapkan dalam keputusan pemerintah. Dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa keberadaan hotel menjadi sangat penting bahkan bisa di sebut sebagai sarana pokok kepariwisataan (Wayan, dkk. 2020:6-7).

Pada saat ini usaha bisnis perhotelan di Indonesia khususnya di Kota Malang Semakin berkembang hampir di semua sudut Kota Malang di bangun hotel-hotel, mulai dari hotel yang tidak berbintang (*Guest House* dan *Homestay*), hotel melati,

hotel berbintang baik itu bintang satu sampai hotel berbintang lima. Hotel dapat berkembang dimana saja, baik di pusat Kota yang dekat bisnis maupun di pinggiran Kota yang dekat dengan tempat wisata. Pada saat ini banyak hotel yang sudah berkembang menjadi sebuah bidang bisnis yang sangat menjanjikan, dimana semua masyarakat modern yang pergi untuk urusan pekerjaan atau hiburan sangat membutuhkan jasa penginapan atau hotel.

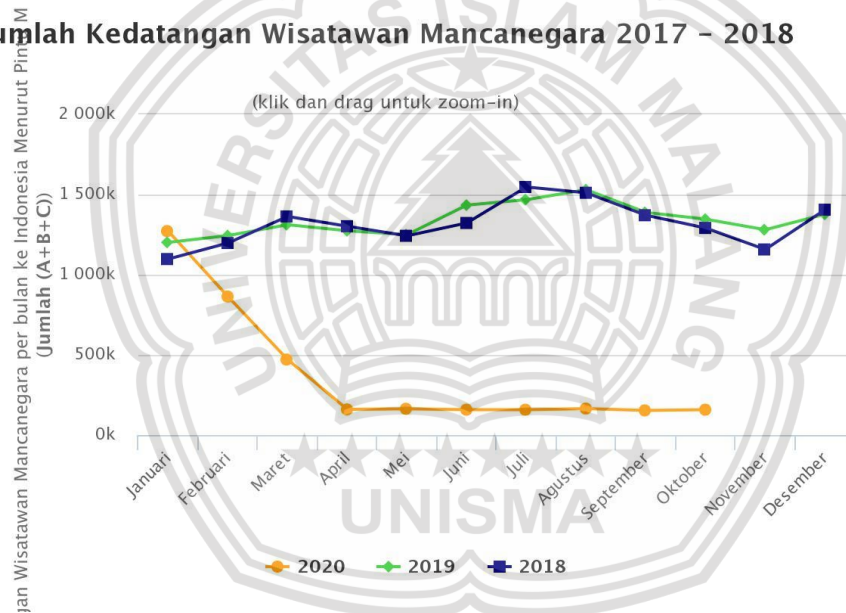
Covid-19 merupakan virus yang menular yang telah menyebar di seluruh dunia, wabah virus corona ini di laporkan pertama kali di Kota Wuhan Tiongkok pada tanggal 31 Desember 2019. Dalam hal ini Indonesia menerapkan Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) atau *physical distancing* merupakan pembatasan fisik yang menjadi salah satu langkah yang disarankan mampu mencegah dalam penyebaran virus *covid-19* tersebut. (dikutip dari sumber Komite Penanganan *Covid-19* dan Pemulihan Ekonomi Nasional, 2020).

Pembatasan Sosial Bersekala Besar (PSBB) yaitu suatu pembatasan kegiatan tertentu bagi penduduk dalam suatu wilayah yang diduga terinfeksi (*Covid-19*). Adanya pembatasan tersebut dapat berdampak pada sektor pariwisata salah satunya yaitu bisnis perhotelan dimana yang sebelumnya mengalami perkembangan yang cukup baik menjadi penurunan yang disebabkan oleh adanya virus *covid-19* ini (dikutip dari Kemenko PMK, 2020). Dalam hal ini seperti yang di jelaskan diatas bahwa dapat diketahui dampak dari *Covid-19* dan PSBB (Pembatasan Sosial Berseka Besar) yang terjadi dapat mengakibatkan penurunan bagi sektor pariwisata perhotelan tersebut.

Adapun dalam penerapan (PSBB) tersebut pada sektor pariwisata khususnya usaha perhotelan mempunyai keterkaitan dengan pariwisata, tanpa pertumbuhan pariwisata sangat mungkin kondisi perhotelan menjadi lesu. Demikian halnya, tanpa tersedianya salah satu akomodasi berupa hotel atau penginapan bagi wisatawan maka kepariwisataan menjadi kurang nyaman. Dari tabel di bawah ini dapat diketahui jumlah wisatawan mancanegara mengalami penurunan maka akomodasi juga akan mengalami penurunan.

Gambar 1.1 Hasil Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara 2017-2018

Jumlah Kedatangan Wisatawan Mancanegara 2017 - 2018



Sumber : Badan Pusat Statistik Tahun 2020

Dari data tersebut dapat diketahui bahwa Jumlah wisatawan di tahun 2020 dari bulan januari sampai bulan oktober mengalami penurunan yang signifikan yang mengakibatkan pada sektor pariwisata mengalami perubahan dari tahun sebelumnya. Akan tetapi dengan adanya penerapan protokol kesehatan yang

dilakukan khususnya oleh hotel-hotel di Kota Malang dan Kota Batu dapat membantu menaikkan pengunjung karena memiliki dampak yang positif dari penerapan protokol kesehatan tersebut salah satunya Hotel Kusuma Agrowisata yang mewajibkan seluruh pengunjungnya memakai masker, cuci tangan sebelum masuk, dan mengecek suhu tubuh (di kutip dari sumber kompas.com) karena dengan menerapkan protokol yang baik dan benar yang sesuai dengan arahan pemerintah para pengunjung akan merasakan ketenangan, keamanan dan kenyamanan yang nantinya berdampak pada keputusan menginap yang dilakukan oleh pengunjung tersebut.

Keputusan menginap yang dilakukan dalam hal ini kepada tamu-tamu hotel karena banyak sekali jenis tamu yang menginap berdasarkan kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda seperti hotel Keluarga, hotel bisnis, hotel wisatawan, hotel transit, hotel perawatan kesehatan, hotel konvensi. Tamu hotel adalah seseorang yang memiliki sebuah arti yang sangat penting bagi perusahaan khususnya bagi akomodasi perhotelan karena hotel sendiri adalah suatu penyedia jasa dan produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada tamu hotel. Keputusan menginap dalam hal ini mengadopsi keputusan pembelian yang memiliki suatu kesamaan. Keputusan pembelian merupakan suatu keputusan konsumen yang dapat dipengaruhi oleh *financial economics*, teknologi, politik, budaya, *product*, *price*, *location*, *promotion*, *physical evidence*, *people*, *process*, sehingga dapat membentuk suatu sikap pada *consumer* untuk mengelola segala bentuk informasi dan dapat mengambil kesimpulan berupa *responce* yang biasa muncul pada produk

yang akan di beli (Alma, 2014:96). Dalam hal ini dapat diketahui bahwa keputusan seseorang dapat mempengaruhi dalam keputusan menginap Adapun faktor yang dapat mempengaruhi dalam keputusan menginap yaitu pengaruh *online marketing*, dan harga. Seperti pada penelitian terdahulu menurut Kurniawan (2014) dengan judul penelitian pengaruh harga, promosi dan lokasi terhadap keputusan menginap di hotel mutiara yang menunjukkan hasil bahwa pengaruh harga, promosi dan lokasi berpengaruh terhadap keputusan menginap di hotel mutiara.

Faktor utama yang mempengaruhi keputusan menginap yaitu *online marketing* Menurut Sumarsono (2019:65) Perkembangan teknologi berbasis internet pada bisnis perhotelan contohnya yang membuat proses branding dengan memanfaatkan fasilitas digital menjadi pilihan yang menarik dan memiliki tingkat keuntungan yang sangat signifikan. Di dukung pengaruh perubahan pola masyarakat terhadap kemajuan hotel menjadi bagian dari analisis yang masuk akal karena *cutomer* dapat menjangkau semua aktivitas perhotelan dengan lebih mudah dan praktis dan dengan distribusi melalui pemasaran *online* dapat menjangkau segmentasi pasar yang tinggi, yang lebih luas, dan tak terbatas dengan Permintaan seperti Pemasaran melalui *website* hotel (1) Pemasaran melalui media sosial (2) Pemasaran melalui OTA (*Online Travel Agent*) (3) Pemasaran melalui aplikasi.

Faktor terakhir yaitu yang mempengaruhi keputusan menginap adalah harga karena harga sebagai elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan atau *income* (Kotler dan Keller, 2007:77).

Berdasarkan uraian tersebut sehingga dapat di beri judul **Pengaruh *Online Marketing*, Dan Harga Terhadap Keputusan Menginap Di Tengah Pandemi *Covid-19* (Studi Kasus Pada Hotel Riche Kota Malang).**

1.2 Rumusan Masalah

1. Bagaimana pengaruh *online marketing*, dan harga secara simultan terhadap keputusan menginap di tengah pandemi *Covid-19* pada Riche Heritage Hotel Kota Malang?
2. Bagaimana pengaruh *online marketing* secara parsial terhadap keputusan menginap di tengah pandemi *Covid-19* pada Riche Heritage Hotel Kota Malang?
3. Bagaimana pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan menginap di tengah pandemi *Covid-19* pada Riche Heritage Hotel Kota Malang?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *online marketing* dan harga secara simultan terhadap keputusan menginap di tengah pandemi *Covid-19* pada Riche Heritage Hotel Kota Malang.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *online marketing* secara parsial terhadap keputusan menginap di tengah pandemi *Covid-19* pada Riche Heritage Hotel Kota Malang.

3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga secara parsial terhadap keputusan menginap di tengah pandemi *Covid-19* pada Riche Heritage Hotel Kota Malang.

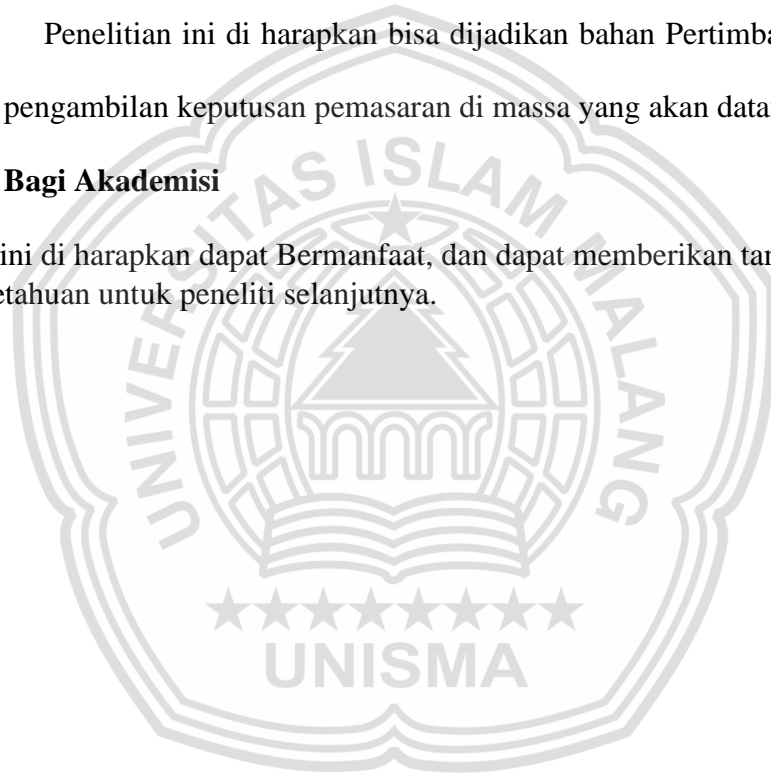
1.3.2 Manfaat Penelitian

A. Bagi Perusahaan

Penelitian ini di harapkan bisa dijadikan bahan Pertimbangan untuk pengambilan keputusan pemasaran di masa yang akan datang.

B. Bagi Akademisi

Penelitian ini di harapkan dapat Bermanfaat, dan dapat memberikan tambahan rujukan pengetahuan untuk peneliti selanjutnya.



BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

1.1 Simpulan

Berdasarkan penelitian yang diperoleh maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini dapat dilakukan untuk mengetahui pengaruh *online marketing* dan harga terhadap keputusan menginap ditengah pandemi *covid-19* pada Riche Heritage Hotel Kota Malang. Adapun hasil dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. *Online marketing* dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap ditengah pandemi *covid-19* tamu Riche Heritage Hotel Kota Malang.
2. *Online marketing* berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap ditengah pandemi *covid-19* tamu Riche Heritage Hotel Kota Malang. Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan jumlah tamu hotel dapat dilakukan dengan menggunakan *online marketing* yang baik.
3. Harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap ditengah pandemi *covid-19* tamu Riche Heritage Hotel Kota Malang. Hal ini berarti bahwa untuk meningkatkan jumlah tamu hotel dapat dilakukan dengan menggunakan Harga yang terjangkau

1.2 Keterbatasan

Dalam penelitian ini ada beberapa keterbatasan sebagai berikut :

1. Dalam penyebaran kuisioner ditengah pandemi *covid-19* mengalami keterbatasan dalam pengisian kuisioner, karena sedikit konsumen yang menginap di Rich Heritage Hotel Kota Malang.
2. Dalam penelitian ini hanya terdiri dari 2 variabel *independent* yang dipergunakan dalam penelitian yaitu *online marketing* dan harga.

1.3 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, adapun peneliti dapat memberikan saran serta kesimpulan yaitu:

1. Peneliti dapat membuat konsep mengenai penelitian yang akan dilakukan sebelum dipergunakan dalam penelitian ditengah pandemi *covid-19*.
2. Bagi penelitian selanjutnya bias menjadi bahan referensi untuk melakukan penelitian yang akan datang dan bisa menambahkan variabel lain yang dapat mempengaruhi keputusan menginap seperti lokasi, dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anwar Sanusi, 2011, *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta
- Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofja, (2015). *Customer Service yang Baik Landasan Pencapaian Customer Satisfaction, Manajemen Usahawan Indonesia*, No.01/TH XXXII, pp. 25-30
- Asse, R. A. A. 2018. *Strategi Pemasaran Online (Studi Kasus Facebook Marketing Warunk Bakso Mas Cingkrank di Makassar)*. KAREBA: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 7(2), 219-231.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Edisi Revisi.CV. Alfabeta, Bandung.
- Fandy Tjiptono. 2015. *Strategi Pemasaran*. Edisi 4
- [Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IMB SPSS 23 \(8th ed\)*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.](#)
- Ghozali, I. 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Tjiptono, Fandi.2012. *Strategi Pemasaran*. Banyu Media. Yogyakarta.
- Katemung, L, T, S., Kojo, C & Rumokoy, F,S. 2018. *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Pada Hotel Genio Manado*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(2).
- Kurniawan, M. S. 2014. *Pengaruh Harga, Promosi dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Menginap di Hotel Mutiara di Kecamatan Kandis (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Sultan Syariah Kasim Riau)*.
- Khoernnikmah, I., & Widarko, A. (2018). *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (studi kasus pada konsumen Toko Sinar Muda Busa)*. *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 7 (01).

- Kotler Philip dan Gary Amstrong. 2017. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 12 halaman xxv370. Penerbit: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2018. *Principles Of Marketing*. Edisi 15 Global Edition. Pearson.
- Kotler Philip dan Kevin Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 12. Jilid Pertama dan Kedua. Jakarta. Pt Indeks
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi* (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat.
- Nurchahyo, R., Andry, D., & Kevin, K. (2017). Pengaruh Trust, Price dan Service Quality Terhadap Intention to Purchase Pelanggan Bhinneka. Com. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 2(3), 391-400.
- Nurita Wayan, Dkk. 2020. *Bahasa Jepang Perhotelan Effective Japanese For Hotel Staff*. Bali. Nilacakra.
- Nofriansyah, Dkk. 2020. *Bisnis Online Strategi dan Peluang Usaha*. Medan. Yayasan Kita Menulis.
- Putra, W, Y, S. 2019. *Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Menginap Wisatawan Pada Pondok Wisata T House Ubud Di Kabupaten Gianyar*
- Rahmi. A & Yogia. M. A. 2015. *Pengaruh Pemasaran Online Terhadap Keputusan Pembelian Produk Fashion di Kalangan Mahasiswa*. *Valuta*, 1(1), 149-172.
- Setiawan, Didik, 2015, *Analisa Hidrolik Sistem Lifter Pada Farm Tractor Foton FT 824*, Universitas Muhammadiyah Surakarta
- Sumarso Dicky. 2019. *New Business Model For Hotel Inndusty Winning Competition*. Jakarta. Gramedia.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Susilowati. Y. 2019. *E-Commerce For Teaching Factory (For Teachers)*. Jakarta. Erlangga.

Tjiptono Fandy. 2015. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Cv. Andi.

Tjiptono Fandy. (2016), *Pemasaran Jasa*, Bayu Media Publishing, Sleman.

<https://www.cnbcindonesia.com/market/20190319084140-17-61460/bi-pariwisata-bisa-jadi-penyumbang-devisa-terbesar-kedua>

BI:Pariwisata Bisa Jadi Penyumbang Devisa Terbesar Kedua. diakses secara *online* pada 17 februari 2021 pukul 13.50 WIB

<https://properti.kompas.com/read/2016/03/07/060000121/Kunjungan.Wisata.Meningkat.Pembangunan.Hotel.Melesat>

Kunjungan Wisata Meningkat, Pembangunan Hotel Melesat. Diakses secara *online* pada 20 januari 2021 pukul 12.45 WIB

<https://www.kemenkopmk.go.id/pembatasan-sosial-berskala-besar> Kemenko PMK. 2020. Pembatasan Bersekala Besar (PSBB). diakses secara *online* pada 1 Januauri 2021 pukul 12.00 WIB.

<https://covid19.go.id/> Komite Penanganan Covid 19 dan Pemulihan Ekonomi Nasional. 2020. diakses secara *online* pada 1 januari 2021 pukul 14.00 WIB.

<https://travel.kompas.com/read/2020/11/15/204500527/penerapan-protokol-kesehatan-naikkan-okupansi-hotel-di-malang-ini> Kompas.2020 Penerapan Protokol Kesehatan Naikkan Okupansi Hotel Di MalangIni diakses secara *online* pada 1 januari 2021 pukul 21.24 WIB

