

ABSTRAK

Josia Hutagalung, NIM. 062277310013. Pengaruh Iklan dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dairi Hotel Sidikalang. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UNIMED Tahun 2013.

Dairi Hotel Sidikalang merupakan salah satu Hotel Bintang II yang terletak di dataran tinggi Dairi, dengan luas 1100 m², 1620 meter diatas permukaan laut. Hotel ini menawarkan berbagai jenis jasa kebutuhan konsumen yang berkunjung ke daerah wisata Sidikalang. Di sidikalaang sendiri terdapat lebih dari satu perhotelan yang menawarkan jasa yang hamper sama. Berdasarkan dari jumlah hotel yang ada, perusahaan akan bersaing dalam mempertahankan pelanggan dan merekrut pelanggan yang baru. Adapun yang dilakukan perusahaan dalam hal tersebut adalah meningkatkan jumlah iklan dan evaluasi harga.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan dapat menjelaskan pengaruh iklan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Dairi Hotel Sidikalang. Populasi dalam penelitian ini bersifat relative dan diperkirakan rata-rata pengunjung yang menggunakan jasa Dairi Hotel Sidikalang adalah 145 orang setiap bulannya, sedangkan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Simple Random Sampling* dengan jumlah sampel 59 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, studi kepustakaan dan kuesioner. Teknik analisis data yang digunakan adalah regresi linear berganda dengan rumus $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$.

Dari hasil analisis data diperoleh persamaan regresi linear berganda yaitu : $Y = 23,271 + 0,326 X_1 + 0,413X_2 + e$. uji t pada taraf signifikansi (taraf kepercayaan) alpha 0,05. Diperoleh nilai $t_{hitung} X_1 = 3,271 > t_{tabel} = 2,000$ dan probabilitas dan $t_{hitung} X_2 = 4,193 > t_{tabel} = 2,000$. Uji F pada taraf signifikan alpha 0,05 diperoleh dari $F_{hitung} (20,677) > F_{tabel} (3,15)$. Dengan demikian hipotesis yang menyatakan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara iklan dan harga terhadap loyalitas pelanggan Dairi Hotel Sidikalang secara parsial maupun secara simultan (serentak).

Kata kunci : iklan, harga, dan loyalitas pelanggan.

ABSTRAC

Josia Hutagalung, NIM. 062277310013. Influence Advertisement and Price To Loyalitas Client Dairi Hotel Sidikalang. Skripsi Majors Management Faculty Of Economics UNIMED Year 2013.

Dairi Hotel Sidikalang represent one of the Hotel Star II which located in Dairi plateau, broadly 1100 m², 1620 metre above sea level. This hotel offer various service type requirement of consumer paying a visit to Sidikalang wisata area. In sidikalaang alone there are more than one hotel offering service which is same. Pursuant to from amount of existing hotel, company will compete in maintaining client and recruit new client. As for which is done/conducted by company in the case of the is to improve the amount of price evaluation and advertisement.

This research aim to to know and can explain advertisement influence and price to Dairi Hotel Sidikalang cutomer loyalitas. Population in this research have the character of relative and estimated by visitor mean using Dairi Hotel Sidikalang service is 145 people per month, while technique intake of sampel in this research use Simple Random Sampling method with amount of sampel 59 people. used by Technique data collecting is observation, bibliography study and kuesioner. Technique analyse used by data is doubled linear regression with $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$.

From result of data analysis obtained by equation of doubled linear regression that is : $Y = 23,271 + 0,326 X_1 + 0,413X_2 + e$. t test at signifkansi level (trust level) alpha 0,05. Obtained by $t_{hitung} = 3,271 > t_{tabel} = 2,000$. $t_{hitung} X_2 = 4,193 > t_{tabel} = 2,000$. Test F at alpha signifikan level 0,05 obtained from $F_{hitung} (20,677) > F_{tabel} (3,15)$. Thereby hypothesis expressing that there is influence which are positive and signifikan between price and advertisement to Dairi Hotel Sidikalang client loyalitas by parsial and also by simultan.

Keyword : advertisement, price, and costomer loyalitas.