

## ABSTRAKSI

**Judul** : **PENGARUH PROMOSI DAN PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PADA HOTEL NOVOTEL SEMARANG**  
**Nama** : **Dwi Astuti Puspitosari**  
**NIM** : **D2D605165**  
**Jurusan** : **Administrasi Bisnis**

---

Salah satu sarana penunjang yang merupakan bagian dari usaha bidang kepariwisataan adalah industri jasa perhotelan. Fungsi utama hotel adalah sebagai tempat penginapan atau istirahat untuk berbagai kalangan yang membutuhkan. Bagi setiap konsumen atau pelanggan faktor promosi dan pelayanan menjadi tolak ukur dalam keputusan penggunaan jasa. Adanya kegiatan promosi yang terus menerus serta pelayanan yang baik maka keputusan penggunaan jasa akan dilakukan konsumen. Keputusan penggunaan jasa yang baik akan berimbas pada meningkatnya tingkat hunian kamar hotel.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh promosi terhadap keputusan penggunaan jasa pada Hotel Novotel Semarang, seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Hotel Novotel Semarang, serta seberapa besar pengaruh promosi dan pelayanan keputusan penggunaan jasa pada Hotel Novotel Semarang.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian menurut tingkat eksplanasinya (*explanatory research design*). Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner yang disebarakan kepada 100 responden pengguna jasa Hotel Novotel Semarang. Teknik pengambilan sampel dengan *accidental sampling*. Data dianalisa dengan analisis kuantitatif dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, regresi linier sederhana, regresi linier berganda, koefisien determinasi, uji t, dan uji F dengan bantuan program SPSS 13 *For Windows*.

Hasil analisa dengan perhitungan SPSS 13 dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Hotel Novotel Semarang dimana  $t_{hitung} (9,643) > t_{tabel} (1,984)$  dan terdapat pengaruh yang signifikan positif antara Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Hotel Novotel Semarang dimana  $t_{hitung} (11,840) > t_{tabel} (1,984)$ .
2. Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara Promosi dan Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Hotel Novotel Semarang dimana  $F_{hitung} (140,176) > F_{tabel} (3,09)$ . Koefisien determinasi untuk variabel Promosi ( $X_1$ ) dan Pelayanan ( $X_2$ ) menyumbang sebesar 67,90% untuk Keputusan Penggunaan Jasa Pada Hotel Novotel Semarang sedangkan 32,10% dipengaruhi oleh faktor lainnya.

Saran yang dapat disampaikan adalah perusahaan perlu menambah intensitas kegiatan-kegiatan promosi Hotel Novotel Semarang di berbagai media. Melalui promosi, pelayanan dapat diimbangi dengan pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen sehingga keputusan penggunaan jasa akan dilakukan konsumen.