

**“ PENGARUH *CORPORATE IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA KAMAR DI HOTEL PANGERAN CITY PADANG “**

SKRIPSI

*Diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan Sains Terapan (D4) pada Departemen Pariwisata FPP
UNP*



OLEH :

**RISKI PUSPITA ANANDA
NIM : 18135052**

**PROGRAM STUDI D4 MANAJEMEN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
2022**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

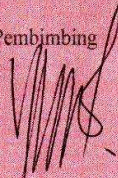
**PENGARUH *CORPORATE IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN JASA KAMAR DI HOTEL PANGERAN CITY PADANG**

Nama : Riski Puspita Ananda
NIM/BP : 18135052/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2022

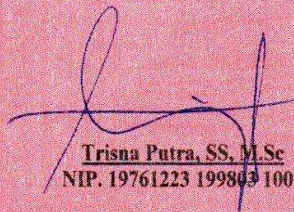
Disetujui Oleh:

Pembimbing



Youmil Abriana, SE, M.M
NIP. 198210022008121002

Ketua Departemen Pariwisata FPP UNP



Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001


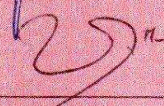
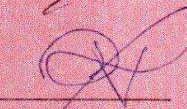
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Dinyatakan Lulus Setelah dipertahankan di Depan Tim Penguji Skripsi Program Studi D4 Manajemen Perhotelan Departemen Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang

Judul : Pengaruh *Corporate Image* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar di Hotel Pangeran City Padang
Nama : Riski Puspita Ananda
NIM/BP : 18135052/2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan

Padang, November 2022

Tim Penguji

Nama	Tanda Tangan
1. Ketua : Youmil Abrian, SE, M.M	
2. Anggota : Feri Ferdian, S.ST, M.M, Ph.D, CHE	
3. Anggota : Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip, M.M	



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI PADANG
FAKULTAS PARIWISATA DAN PERHOTELAN
DEPARTEMEN PARIWISATA
Jl.Prof Dr. Hamka Kampus UNP Air Tawar Padang 25131
Telp. (0751) 7051186
e-mail : pariwisata@fpp.unp.ac.id

SURAT PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Riski Puspita Ananda
NIM/TM : 18135052/ 2018
Program Studi : D4 Manajemen Perhotelan
Departemen : Pariwisata
Fakultas : Pariwisata dan Perhotelan


Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul,

“Pengaruh *Corporate Image* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Di Hotel Pangeran City Padang” adalah benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya orang lain. Apabila sesuatu saat terbukti saya melakukan plagiat, maka saya bersedia di proses dan menerima sanksi akademis maupun hukum sesuai dengan hukum dan ketentuan yang berlaku, baik di Universitas Negeri Padang maupun di masyarakat negara.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan rasa tanggung jawab sebagai anggota masyarakat ilmiah.

Diketahui,

Ketua Departemen Pariwisata


Trisna Putra, SS, M.Sc
NIP. 19761223 199803 1001

Saya yang menyatakan,


Riski Puspita Ananda
NIM. 18135052

Abstrak

Riski Puspita Ananda. 2022. Pengaruh *Corporate Image* Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Di Hotel Pangeran City Padang

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh *corporate image* terhadap keputusan pembelian jasa kamar di Hotel Pangeran City Padang. Penulis membahas beberapa masalah, yaitu *occupancy* yang tidak stabil 6 bulan terakhir Januari – Juni 2022, selanjutnya adanya pembatalan reservasi yang dilakukan oleh tamu, adanya tamu yang membandingkan fasilitas yang diberikan Hotel Pangeran City Padang dengan Fasilitas yang diberikan Hotel Pangeran Beach Padang, banyak tamu yang tidak mengetahui Hotel Pangeran City Padang hanya mengetahui Hotel Pangeran Beach Padang, dan adanya keluhan tamu tentang pelayanan yang diberikan oleh Hotel Pangeran City Padang sangat jelek dibandingkan pelayanan yang diberikan oleh Hotel Pangeran Beach Padang

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan metode Assosiatif kausal. Variabel yang terlibat dalam penelitian ini adalah *corporate Image* (X) dan keputusan pembelian jasa kamar (Y). Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang pernah menginap di Hotel Pangeran City Padang. Responden penelitian ini berjumlah 98 orang yang di peroleh dengan teknik sampel *non probability sampling* dengan teknik Purposive sampling. Jenis data menggunakan data primer dan data sekunder. Pengumpulan data menggunakan komunikasi tidak langsung atau menyebarkan angket. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner (angket) yang disusun menurut skala likert. Uji coba instrumen dilakukan dengan cara uji validitas dan uji reabilitas. Langkah-langkah menganalisis data statistik dasar hasil penelitian dan deskripsi data. Uji persyaratan analisis menggunakan uji normalitas, uji homogenitas dan uji linearitas.

Hasil penelitian ini adalah *Corporate Image* di Hotel Pangeran City Padang menunjukkan secara keseluruhan termasuk dalam kategori baik dengan persentase 86,7%. dan keputusan pembelian jasa kamar termasuk dalam baik dengan persentase 66,3%. Hasil uji normalitas pada penelitian ini 0.085. Hasil uji homogenitas pada tabel di atas, diperoleh nilai sig adalah 0.338. Hasil uji linearitas di atas, diperoleh nilai signifikan 0.538. Hasil uji regresi linear sederhana diperoleh nilai F sebesar 28.041 dengan taraf signifikansi sebesar $0.001 < 0.05$. Diperoleh nilai t sebesar 5.295 dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$. diperoleh nilai R *Square* sebesar 0.226, artinya kontribusi variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 22.6% Sedangkan 77,4% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kunci: *Corporate Image*, keputusan pembelian jasa kamar.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT yang telah melimpahkan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini yang berjudul **“Pengaruh Corporate Image Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar Di Hotel Pangeran City Padang”**.

Di dalam penulisan proposal penelitian ini penulis tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami, namun berkat bantuan bimbingan maupun dorongan dari berbagai pihak sehingga Penulis dapat menyelesaikan proposal penelitian ini. Oleh sebab itu melalui proposal penelitian ini Penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Dra. Ernawati, M.Pd, Ph.D selaku Dekan Fakultas Pariwisata Perhotelan Universitas Negeri Padang.
2. Bapak Trisna Putra, SS, M.Sc, selaku Ketua Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang
3. Bapak Rian Surendra, S.EI, M.M selaku dosen Pembimbing Akademik.
4. Bapak Youmil Abrian, SE, M.M , selaku Pembimbing dari Skripsi ini yang telah berkenan meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan penulisan proposal ini.
5. Bapak Feri Ferdain, S.ST, M.M, Ph.D, CHE, selaku Dosen Penguji 1
6. Bapak Hijriyantomi Suyuthie, S.Ip, M.M, selaku Dosen Penguji 2

7. Seluruh Dosen, tenaga administrasi dan teknisi D4 Manajemen Perhotelan Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
8. *General Manager*, dan seluruh karyawan Hotel Pangeran City Padang yang telah memberikan dukungan dan kesempatan bagi penulis melaksanakan penelitian untuk menyelesaikan proposal penelitian ini.
9. Terima kasih kepada ayah Adrimen dan Ibu Zaleka yang telah memberikan kasih sayang dan perhatian yang melimpah, serta doa yang tidak pernah putus dipanjatkan untuk penulis agar tetap berada dalam limpahan rahmat dan karunia Allah SWT sehingga penulis bisa sampai ketahap ini untuk menyelesaikan perkuliahan pada Jurusan Pariwisata Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang.
10. Terima kasih kepada Abang Rio Adriansyah Candra, Adek Tirta Wijaya yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
11. Terima kasih juga kepada kekasih saya Kelvin Syah Yondra yang telah bersedia menemani dan memberi semangat selama penulis menyusun skripsi ini.
12. Terima kasih juga kepada Veona Hartanti yang telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
13. Seluruh rekan-rekan seperjuangan mahasiswa Program Studi D4 Manajemen Perhotelan dan pihak-pihak yang ikut serta dalam memberikan motivasi kepada penulis.

Semoga bantuan yang telah diberikan diberkahi dan mendapat balasan yang berlipat ganda dari Allah SWT. Akhirnya penulis juga berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi orang banyak.

Padang, 23 Maret 2022

Penulis

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan Penelitian.....	7
F. Manfaat Penelitian.....	8
BAB II	10
KAJIAN PUSTAKA.....	10
A. Kajian Teori	10
B. Penelitian Relevan.....	17
C. Kerangka Konseptual	18
D. Hipotesis	19
BAB III.....	20
METODE PENELITIAN.....	20
A. Jenis Penelitian.....	20

B. Waktu dan Tempat Penelitian	20
C. Variabel Penelitian	20
D. Definisi Operasional Variabel.....	21
E. Populasi dan Sampel Penelitian	22
F. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	24
G. Instrumen Penelitian	25
H. Uji Coba Instrumen.....	28
I. Teknik Analisis Data	30
J. Uji Persyaratan Analisis	32
K. Pengujian Hipotesis	33
BAB IV.....	35
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	35
A.Hasil Penelitian	35
B.Pembahasan.....	60
BAB V	65
PENUTUP.....	65
A. Kesimpulan	65
B. Saran	66
DAFTARB PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN	70
DOKUMENTASI.....	107

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Occupancy Tamu Menginap di Hotel Pangeran City Padang	3
Tabel 2 Jumlah Tamu yang Menginap di Hotel Pangeran City Padang Periode (September 2021–Februari 2022)	22
Tabel 3 Pilihan Jawaban Skala <i>Likert</i>	26
Tabel 4 Kisi-kisi Operasional Variabel Penelitian	27
Tabel 5 Validitas uji Coba Penelitian.....	29
Tabel 6 Reliabilitas Corporate Image.....	30
Tabel 7 Reliabilitas Kepuasan Tamu	30
Tabel 8 Distribusi Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	35
Tabel 9 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	36
Tabel 10 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	36
Tabel 11 Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	37
Tabel 12 . Distribusi Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan.....	37
Tabel 13 Statistik Dasar Variabel X.....	38
Tabel 14 Distribusi Frekuensi Variabel <i>Corporate Image</i>	39
Tabel 15 Statistik Dasar Indikator <i>Personality</i>	40
Tabel 16 Distribusi Frekuensi Indikator <i>Personality</i>	40
Tabel 17 Statistik Dasar Indikator <i>Reputation</i>	41
Tabel 18 Distribusi Frekuensi Indikator <i>Reputation</i>	42
Tabel 19 Statistik Dasar Indikator <i>Value</i>	43
Tabel 20 Distribusi Frekuensi Indikator <i>Value</i>	43
Tabel 21 Statistik Dasar Indikator <i>Corporate Identity</i>	44

Tabel 22 Distribusi Frekuensi Indikator <i>Corporate Identity</i>	45
Tabel 23 Statistik Dasar Variabel Y.....	46
Tabel 24 Distribusi Frekuensi Variabel Keputusan Tamu Menginap.....	47
Tabel 25 Statistik Dasar Indikator Pengenalan Kebutuhan.....	47
Tabel 26 Distribusi Frekuensi Indikator Pengenalan Kebutuhan.....	48
Tabel 27 Statistik Dasar Indikator Pengevaluasian Alternatif	49
Tabel 28 Distribusi Frekuensi Indikator Pencarian Informasi	50
Tabel 29 Statistik Dasar Indikator Pengevaluasin Alternatif.....	50
Tabel 30 Distribusi Frekuensi Indikator Pengevaluasin Alternatif.....	51
Tabel 31 Statistik Dasar Indikator Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 32 Distribusi Frekuensi Indikator Keputusan Pembelian.....	53
Tabel 33 Statistik Dasar Indikator Perilaku Sesudah Menginap.....	54
Tabel 34 . Uji Normalitas.....	56
Tabel 35 Uji Homogenitas	57
Tabel 36 Uji Linearitas.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Hotel Pangeran City Padang.....	2
Gambar 2 : Ulasan tamu hotel pangeran city	5
Gambar 3 Wawancara secara langsung.....	6
Gambar 4 Kerangka Konseptual	19

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat izin penelitian	70
Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian	71
Lampiran 3 Kuesioner Uji Coba	72
Lampiran 4 Tabulasi Data Uji Coba Penelitian	76
Lampiran 5 Uji validitas (Uji Coba)	78
Lampiran 6 Uji Rehabilitas	79
Lampiran 7 Kuesioner Penelitian	79
Lampiran 8 Tabulasi Data Penelitian	87
Lampiran 9 Analisi Deskriptif Penelitian.....	90
Lampiran 10 Deskripsi Data (Klasifikasi Skor).....	94
Lampiran 11 Uji Persyaratan Analisis	105

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Hotel merupakan salah satu jenis akomodasi yang sangat dikenal oleh masyarakat, di samping akomodasi komersil lainnya. Usaha perhotelan sekarang ini sudah merupakan suatu industry hotel yang memerlukan sumber dana dan sumber daya manusia dalam jumlah besar, dengan resiko kerugian atau keuntungan yang besar pula.

Industri jasa perhotelan merupakan salah satu bisnis industri pariwisata yang sangat kompleks dengan bermacam ragam variasi ilmu dan dinamika lingkungan pekerjaannya. Menurut Chair dan Pramudia (2017: 11) pengertian “Hotel sendiri memiliki arti suatu bisnis jasa atau pelayanan yang dijalankan dengan menyediakan akomodasi serta dikelola secara komersial yang disediakan bagi setiap orang untuk memperoleh pelayanan, baik untuk kamar penginapan dan juga untuk makan dan minum, maupun fasilitas pelayanan jasa lainnya”. “Berdasarkan fasilitas dan persyaratannya, hotel dapat digolongkan menjadi lima tingkat yaitu, hotel berbintang dua (**), hotel berbintang tiga (***), hotel berbintang empat (****), hotel berbintang lima (*****)” (Chair dan Pramudia, 2017:11).

Kota Padang adalah ibukota dari provinsi Sumatera Barat. Kota yang terkenal dengan legenda Malin Kundang dan Siti Nurbaya ini berbatasan langsung dengan laut dan perbukitan, sehingga secara otomatis mempunyai beragam tempat wisata menarik. Kota padang memiliki berbagai jenis hotel,

mulai dari hotel berbintang ataupun hotel kecil yang hanya biasa digunakan sebagai tempat untuk transit bagi orang yang sedang melakukan perjalanan jauh.



Gambar 1 Hotel Pangeran City Padang

(Sumber Manajemen Hotel Pangeran City , 2022)

Hotel Pangeran City Padang merupakan salah satu hotel berbintang 3 di kota Padang. Hotel ini beralamatkan Jl. Dobi N0.3, RW .5, Kec. Padang Barat., Kota Padang, Sumatera Barat. Hotel Pangeran City Padang menampilkan desain bangunan bergaya modern yang berada di kawasan bisnis dan wisata di Kota Padang. Hotel Pangeran City Padang merupakan bagian dari Hotel Pangeran Group yang terdiri dari Hotel Pangeran Pekan Baru, Hotel Pangeran Beach Padang, dan Hotel Pangeran City Padang. Hotel Pangeran City Padang memiliki beberapa fasilitas diantaranya 97 kamar yang terdiri dari superior, deluxe, grand deluxe, dan junior suite, restoran, dan ruang meeting. Selain itu, hotel ini juga memiliki fasilitas umum seperti lounge bar, internet, dan area parkir yang luas. Hotel Pangeran City juga terletak di Lokasi yang strategis dan berada di pusat kota serta akses menuju ke hotel yang sangat

mudah menjadi daya tarik sendiri bagi tamu untuk menginap di hotel ini, sehingga dapat mempengaruhi citra perusahaan dan keputusan pembelian di Hotel Pangeran City Padang.

Tabel 1. Jumlah Occupancy Tamu Menginap di Hotel Pangeran City Padang Periode Januari-Juni 2022

No	Bulan	Occupancy
1.	Januari	60%
2.	Februari	74 %
3.	Maret	50%
4.	April	70%
5.	Mei	51%
6.	Juni	75%

(Sumber : Front Office department, 2022)

Berdasarkan table 1 dapat disimpulkan bahwa tingkat *occupancy* tamu menginap di Hotel Pangeran City Padang mengalami naik turun selama bulan Januari-Juni, Penurunan drastis di bulan Maret 2022 yaitu 50%. Jumlah tingkat *occupancy* paling tinggi terjadi pada bulan Februari 2022 yaitu 74%.

Banyak hal yang dapat mempengaruhi maju mundurnya usaha perhotelan, salah satunya yaitu bagaimana cara pihak hotel menarik dan mempertahankan tamu untuk menginap di hotelnya. Menurut Kotler (2012:190), “Keputusan Pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar-benar membeli, keputusan pembelian ini dipengaruhi oleh bauran pemasaran yang dilakukan pihak pemasar”. Menurut Kotler & Keller (2016:195) indikator keputusan pembelian antara lain:

1) Pengenalan kebutuhan, 2) Pencarian informasi, 3) Evaluasi alternatif, 4) keputusan pembelian, 5) Perilaku pasca pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Nila Nur Azizah, Luhur Prasetyo (2020) yang menunjukkan bahwa perilaku konsumen sebelum melakukan keputusan pembelian terhadap sebuah produk atau jasa dipengaruhi oleh citra perusahaan.

Setiap perusahaan mempunyai citra yang disadari atau tidak telah melekat pada perusahaan tersebut. Tidak sedikit barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan begitu kuat citranya di benak konsumennya. Menurut Kotler dan Keller (2012:274), citra merupakan seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek. Citra dapat dikatakan sebagai persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, perasaan, dan pengetahuan masyarakat itu sendiri terhadap perusahaan, sehingga aspek fasilitas yang dimiliki perusahaan, dan layanan yang disampaikan karyawan kepada konsumen dapat mempengaruhi persepsi konsumen terhadap citra perusahaan itu sendiri. Citra perusahaan juga menunjukkan eksistensi sebuah perusahaan dimata publik, yaitu menunjukkan pandangan masyarakat terhadap perusahaan yang terbentuk dalam jangka waktu yang panjang.

Berdasarkan wawancara yang peneliti lakukan dengan *Front Office Mananger* Hotel Pangeran City Padang mengenai permasalahan yang pertama banyaknya tamu yang *cancel reservation* setiap bulannya dapat dilihat pada table berikut :

Tabel 2. Cancellation Reservation Januari – Juni 2022

No	Bulan	Jumlah Pembatalan Reservasi
1.	Januari	41
2.	Februari	78
3.	Maret	18
4.	April	121
5.	Mei	68
6.	Juni	63

Sumber : *Sumber : Front Office department, 2022*

Dari data di atas dapat dilihat jumlah pembatalan reservasi yang dilakukan oleh tamu yang dilihat dari bulan Januari hingga Juni 2022.

**Gambar 2 : Ulasan tamu hotel pangeran city**

(Sumber: Pergi-peg.com, 2022)

Berdasarkan ulasan tamu diatas adanya tamu yang membandingkan fasilitas hotel Pangeran City Padang dengan Pangeran Beach Padang tamu merasa nyaman dengan fasilitas yang diberikan hotel Pangeran City dibandingkan fasilitas hotel Pangeran Beach Padang Sehingga, kesan serta cerminan yang ada difikiran tamu menjadi positif. Hotel yang bisa melahirkan citra merek yang bagus di mata masyarakat akan berpeluang baik guna meningkatkan keputusan tamu menginap yang membuat keuntungan untuk hotel.

Permasalahan selanjutnya yaitu Letak Hotel Pangeran City Padang ini bisa dikatakan strategis dan berada di pusat kota akan tetapi kebanyakan tamu

yang tidak mengetahui Hotel Pangeran City Padang tetapi mengetahui Hotel Pangeran Beach dikarenakan kurangnya promosi yang dilakukan Hotel Pangeran City Padang, seperti tidak adanya baliho di pusat-pusat kota, pemasangan iklan, dan promosi pada website

Selanjutnya peneliti juga melakukan wawancara langsung. Beberapa tamu mengeluh karena pelayanan yang diberikan Hotel Pangeran City sangat buruk tidak sama dengan pelayanan yang diberikan hotel Pangeran Beach. Sehingga, kesan serta cerminan yang ada difikiran tamu menjadi negatif.



Gambar 3 Wawancara secara langsung
Sumber : dokumentasi pribadi

Berdasarkan dari uraian tersebut, maka penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Corporate Image* terhadap Keputusan Pembelian Jasa Kamar di Hotel Pangeran City Padang”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka identifikasi masalah yaitu:

1. Occupancy yang tidak stabil 6 bulan terakhir Januari – Juni 2022
2. Adanya pembatalan reservasi yang dilakukan oleh tamu
3. Adanya tamu yang membandingkan fasilitas yang diberikan Hotel Pangeran City Padang dengan Fasilitas yang diberikan Hotel Pangeran Beach Padang

4. Banyak tamu yang tidak mengetahui Hotel Pangeran City Padang hanya mengetahui Hotel Pangeran Beach Padang
5. Adanya keluhan tamu tentang pelayanan yang diberikan oleh Hotel Pangeran City Padang sangat jelek dibandingkan pelayanan yang diberikan oleh Hotel Pangeran Beach Padang

C. Batasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah diatas, maka penulis membatasi masalah yaitu “Pengaruh *Corporate Image* terhadap Keputusan pembelian jasa kamar di Hotel Pangeran City Padang”.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana *corporate image* Hotel Pangeran City Padang?
2. Bagaimana keputusan pembelian jasa kamar di Hotel Pangeran City Padang?
3. Sejauhmana *corporate image* berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa kamar di Hotel Pangeran City Padang.

E. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian yang dilakukan ini adalah untuk mendeskripsikan pengaruh *corporate image* terhadap keputusan pembelian di Hotel Pangeran City Padang.

2. Tujuan Khusus

- a. Mendeskripsikan *corporate image* di Hotel Pangeran City Padang
- b. Mendeskripsikan tentang keputusan pembelian jasa kamar di Hotel Pangeran City Padang.
- c. Untuk menganalisis pengaruh *corporate image* terhadap keputusan pembelian jasa kamar di Hotel Pangeran City Padang.

F. Manfaat Penelitian

Melalui ini penulis berharap dapat memberikan hasil yang bermanfaat bagi setiap pihak dan sesuai dengan tujuan penelitian sebagai berikut :

1. Bagi Industri Hotel

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan untuk menjadi pertimbangan manajemen perusahaan, khususnya mengenai *corporate image* dan keputusan pembelian jasa kamar di Hotel Pangeran City Padang.

2. Bagi Jurusan Pariwisata

Menambah dan memperkaya penelitian di Universitas Negeri Padang, khususnya pada Jurusan Pariwisata Program Studi Manajemen Perhotelan sebagai referensi sekiranya dibutuhkan untuk penelitian berikutnya.

3. Bagi penulis

Hasil penelitian ini digunakan untuk proposal penelitian skripsi D4 Manajemen Perhotelan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan Universitas Negeri Padang dan sebagai salah satu syarat menyelesaikan perkuliahan dan mendapatkan gelar Sarjana Sains Terapan (SST).

4. Bagi peneliti berikutnya

Hasil Penelitian ini dapat menjadi acuan pada peneliti berikutnya terutama mengenai pengaruh *corporate image* terhadap keputusan tamu menginap di hotel Pangeran City Padang.