

**PENGARUH MEDIA SOSIAL, CITRA MEREK DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP DI
IMELDA HOTEL KOTA PADANG**

SKRIPSI



Oleh:

LAILATUL SA'DAH

2010070530139

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
PADANG
2024**

Lailatul Sa'dah

Pengaruh Media Sosial, Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Imelda Hotel Kota Padang

viii + 96 halaman + 32 tabel + 4 gambar + 18 lampiran

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial, citra merek dan lokasi terhadap keputusan menginap di imelda hotel kota Padang. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *accidental sampling*, dengan menggunakan rumus Slovin sehingga didapat sampel sebanyak 100 orang.

Variabel Media Sosial (X_1) dengan nilai t_{hitung} 4,316 dan nilai (Signifikan=0,000 <0,05) dengan ($df= n-k$, maka $n=$ jumlah responden, $k=$ jumlah variabel penelitian) $df= 100-4=96$ maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,660. Artinya, H_1 diterima H_0 ditolak, maka dapat disimpulkan bahwa Media Sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Imelda Hotel. Variabel Citra Merek (X_2) dengan nilai t_{hitung} 3,646 dan nilai (Signifikan=0,005<0,05) dengan ($df= n-k$, maka $n=$ jumlah responden, $k=$ jumlah variabel penelitian) $df= 100-4=96$ maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,660. Artinya, H_2 diterima H_0 ditolak, Maka dapat disimpulkan bahwa Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Imelda Hotel. Variabel Lokasi (X_3) dengan nilai t_{hitung} 2,885 dan nilai (Signifikan=0,000 <0,05) dengan ($df= n-k$, maka $n=$ jumlah responden, $k=$ jumlah variabel penelitian) $df= 100-4=96$ maka diperoleh t_{tabel} sebesar 1,660. Artinya, H_3 diterima H_0 ditolak, Maka dapat disimpulkan bahwa Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Imelda Hotel.

Uji F diketahui bahwa nilai f_{hitung} 68.653 > dari f_{tabel} 2,70 dan signifikasi $f = 0,000 < 0,05$, artinya H_4 diterima dan H_0 ditolak. Dapat dikatakan bahwa Media Sosial, Citra Merek, dan Lokasi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menginap di Imelda Hotel.

Artinya variabel media sosial, citra merek dan lokasi tarik dapat menjelaskan variabel keputusan menginap di imelda hotel kota Padang, sebesar 68,2%. Sisanya sebesar 31,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini.

Kata kunci : media sosial, citra merek, lokasi, dan keputusan menginap
Daftar bacaan : 42 (2017-2023)

PERNYATAAN PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Citra Merek Dan Lokasi Terhadap
Keputusan Menginap Di Imelda Hotel Kota Padang
Nama : Lailatul Sa'dah
NPM : 2010070530139
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Skripsi ini telah diperiksa, disetujui dan dipertahankan di hadapan Tim
Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Biturrahmah dan
dinyatakan LULUS dalam Ujian Komprehensif Pada Tanggal 04 April 2024.

KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I



Harry Wahyudi, S.E., M.Si

NIDN. 1007046401

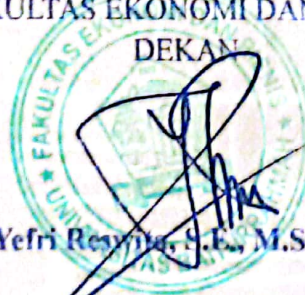
Pembimbing II



Dr. Edi Suandi, MM

NIDN. 2101127702

Pengesahan
UNIVERSITAS BAITURRAHMAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



Yefri Resyida, S.E., M.Si., Akt

NIDN. 1027017001

PERSETUJUAN PEMBIMBING SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial, Citra Merek Dan Lokasi Terhadap
Keputusan Menginap Di Imelda Hotel Kota Padang

Nama : Lailatul Sa'dah

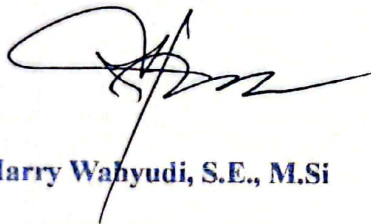
NPM : 2010070530139

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

KOMISI PEMBIMBING

Pembimbing I



Harry Wahyudi, S.E., M.Si

NIDN. 1007046401

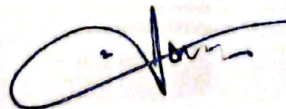
Pembimbing II



Dr. Edi Suandi, MM

NIDN. 2101127702

Ketua Program Studi Manajemen



Rina Febriani, S.E., M.Si

NIDN. 1008028401

SURAT PERNYATAAN

Saya yang beratanda tangan dibawah ini:

Nama : Lailatul Sa'dah
NPM : 2010070530139
Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
Peminatan : Manajemen
Jenjang : Strata 1

Menyatakan bahwa saya tidak melakukan kegiatan plagiat dalam penulisan skripsi saya yang berjudul: Pengaruh Media Sosial, Citra Merek Dan Lokasi Terhadap Keputusan Menginap Di Imelda Hotel Kota Padang.

Apabila suatu saat nanti terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya akan menerima sanksi yang telah ditetapkan.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Padang, 11 Juni 2024



Lailatul Sa'dah

NPM: 2010070530139