

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa atas segala berkat yang telah diberikan-Nya, sehingga Proyek Akhir ini dapat diselesaikan. Proyek Akhir dalam bentuk Karya Kompetensi Profesi dengan judul PENGARUH KENORMALAN BARU TERHADAP HARGA DAN PROMOSI HOTEL BINTANG 5 JAKARTA DI KAWASAN MEGA KUNINGAN PADA PEMBELIAN IMPULSIF KONSUMEN ditujukan untuk memenuhi sebagian persyaratan akademik guna memperoleh Gelar Sarjana Terapan Pariwisata (S.Tr.Par.) Program Studi Pengelolaan Perhotelan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan – Jakarta.

Disadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan, dan doa dari berbagai pihak, Karya Kompetensi Profesi ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan Karya Kompetensi Profesi ini, yaitu kepada:

1. Ibu Dr. Amelda Pramezwary, A.Par., M.M., selaku pembimbing Tugas Akhir Karya Kompetensi Profesi serta selaku Ketua Program Studi Pengelolaan Perhotelan.
2. Ibu Dr. Diena Mutiara Lemy, A.Par., M.M., CHE., selaku Dekan Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan.
3. Ibu Sandra Maleachi, S.Pd., M.A., sebagai ketua penguji.
4. Pak Drs. Demson R.H. Goeltom, M.Pd., selaku anggota tim penguji
5. Pak Jimmy Situmorang, B.Sc.,MBA., selaku anggota tim penguji.

6. Ibu Dr. Theodosia C. Nathalia, S.ST., M.M., selaku Penasehat Akademik.
7. Semua dosen Fakultas Pariwisata Universitas Pelita Harapan.
8. Staf Karyawan Fakultas Pariwisata yang telah membantu penulis dalam kegiatan administratif.
9. Staf Karyawan perpustakaan UPH Johannes Oentoro yang telah membantu penulis hingga lulus kuliah.
10. Orang tua, kakak, serta adik yang telah memberikan dukungan moril, doa dan kasih sayang.
11. Teman-teman seperjuangan kelas C yang telah memberikan semangat dan bantuan.
12. Teman-teman akrab yaitu Vellia, Michelle Regina, Ricky dan Stanley yang selalu mendukung, membantu dan memberikan perhatian.
13. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu.

Akhir kata, disadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam Karya Kompetensi Profesi ini. Oleh karena itu, kritik dan saran dari pembaca akan sangat bermanfaat. Semoga Karya Kompetensi Profesi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, 12 Februari 2021



Sheren Laurensia

## DAFTAR ISI

**PERNYATAAN DAN PERSETUJUAN UNGGAH TUGAS AKHIR**

**PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI TUGAS AKHIR**

**ABSTRACT**

**ABSTRAK**

**KATA PENGANTAR ..... vii**

**DAFTAR ISI..... ix**

**DAFTAR GAMBAR ..... xi**

**DAFTAR TABEL..... xii**

**DAFTAR LAMPIRAN..... xiii**

### **BAB I PENDAHULUAN**

- A. Latar Belakang ..... 1
- B. Rumusan dan Batasan Masalah .....13
- C. Tujuan Penelitian .....13
- D. Manfaat Penelitian .....13
- E. Sistematika Penulisan.....14

### **BAB II TINJAUAN PUSAKA**

- A. Paparan Teoritis .....16
  - 1. Kenormalan Baru .....16
  - 2. Harga .....25
  - 3. Promosi.....32
  - 4. Pembelian Impulsif.....37
  - 5. Hotel Bintang 5 .....39
- B. Hasil Penelitian Sebelumnya .....45
- C. Perumusan Hipotesis .....47
- D. Rerangka Konseptual .....48

### **BAB III METODE PENELITIAN**

- A. Gambaran Umum Obyek Penelitian .....49
- B. Rancangan Penelitian .....49
- C. Metode Penentuan Sampel .....51
- D. Instrumen Pengumpulan Data.....52
- E. Pengukuran Variabel .....52

F. Operasional Variabel.....	53
G. Metode Analisis Data .....	58
1. Analisis Deskriptif.....	58
2. Skala Likert.....	59
3. Uji Asumsi Klasik .....	59
4. Pengujian Hipotesis.....	61

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

A. Hasil Analisis Data.....	63
1. Uji Instrumen Data.....	63
2. Uji Validitas .....	63
B. Uji Reliabilitas .....	65
C. Uji Asumsi Klasik .....	66
1. Uji Normalitas.....	66
2. Uji multikolinearitas.....	66
3. Uji Heteroskedastisitas .....	67
D. Uji Hipotesis .....	68
1. Analisis Regresi Linier Berganda .....	68
2. Uji t.....	69
3. Uji F.....	69
4. Uji Koefisien Determinan ( <i>R Square</i> ) .....	70
E. Pembahasan .....	71
1. Pengaruh Kenormalan Baru terhadap <i>Marketing Mix</i> (Harga dan Promosi) .....	71
2. Pengaruh <i>Marketing Mix</i> (Harga dan Promosi) terhadap Pembelian Impulsif Konsumen.....	72
3. Pengaruh Kenormalan Baru, terhadap Harga dan Promosi pada Pembelian Impulsif Konsumen.....	73

#### **BAB V SIMPULAN,SARAN DAN RENCANA KEBERLANJUTAN PENELITIAN**

A. Simpulan.....	74
B. Saran.....	75
C. Rencana Keberlanjutan Penelitian .....	75

#### **DAFTAR PUSTAKA .....**

#### **LAMPIRAN**

#### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

## DAFTAR GAMBAR

No.	Keterangan	Halaman
1.	Standar Kriteria Hotel Bintang 5 Tidak Mutlak .....	38
2.	Rerangka Konseptual .....	45
3.	Rancangan Penelitian.....	48



## DAFTAR TABEL

No.	Keterangan	Halaman
1.	Tingkat Hunian Hotel Berbintang Pada Masa COVID-19 .....	1
2.	Tingkat hunian kamar hotel berbintang .....	4
3.	Hotel Bintang 5 di Mega Kuningan.....	9
4.	Operasional Tabel.....	51
5.	Skor Jawaban Responden .....	56
6.	Rangkuman Validitas Instrumen .....	61
7.	Hasil Reliabilitas .....	62
8.	Hasil Pengujian Normalitas .....	63
9.	Hasil Uji Multikolinieritas .....	63
10.	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	64
11.	Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	65
12.	Hasil Uji T .....	65
13.	Hasil Uji F .....	66
14.	Hasil Uji Koefisien Determinan.....	67

## DAFTAR LAMPIRAN

No.	Keterangan	Halaman
1.	Lampiran A: Kuesioner Penelitian.....	A1-A5
2.	Lampiran B: Hasil Kuesioner Penelitian.....	B1-B9

