

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan pada bab IV, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Berdasarkan perhitungan  $\bar{A}_b$  sampel dengan sampel rata-rata sebesar 99,37 (lihat tabel 4.01) dan berdasarkan perhitungan  $\bar{A}_b$  sampel dengan menghitung  $\bar{A}_b$  individu terlebih dahulu kemudian dirata-rata, didapat hasil yang sama sebesar 99,37. Nilai tersebut terletak pada skala 0 sampai 100 dalam skala 0 sampai 400, dan nilai 50 sampai 100 yang ditetapkan sebagai syarat untuk sikap menyenangkan, maka dapat disimpulkan konsumen mempunyai sikap yang menyenangkan. Dengan demikian hipotesis pertama yang mengatakan sikap konsumen terhadap Hotel Kartika Graha Malang menyenangkan telah terbukti..
2. Bila ditinjau dari penelitian dapat diketahui bahwa atribut yang paling mempengaruhi konsumen untuk bermalam di Hotel Kartika Graha Malang adalah pelayanan yang baik. Hal ini terlihat dalam analisis data, pada tabel 4.02 (Tabel nilai hasil kali jawaban responden dengan tingkat kepentingan menurut responden), didalam tabel tersebut terlihat bahwa mempunyai hasil kali yang kecil yaitu 192. Hasil perkalian yang paling kecil merupakan atribut yang paling penting bagi

Dalam tabel juga terlihat bahwa pelayanan merupakan urutan tingkat kepentingan yang pertama. Dengan demikian hipotesis kedua yang mengatakan atribut yang paling mempengaruhi konsumen untuk bermalam di Hotel Kartika Graha Malang adalah pelayanannya yang baik telah terbukti.

3. Berdasarkan test hipotesis dua mean dengan menggunakan  $\alpha = 5\%$  didapat Z hitung sebesar - 11,06 yang berarti lebih kecil dari pada Z tabel sebesar - 1,96, maka  $H_0$  ditolak . Hal ini menunjukkan adanya perbedaan sikap konsumen ditinjau dari tingkat kepentingan bisnis atau non-bisnis, yaitu tamu yang bermalam untuk kepentingan bisnis mempunyai sikap yang lebih baik dibanding tamu yang bermalam untuk kepentingan non-bisnis. Dengan demikian hipotesis ketiga yang mengatakan bahwa ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut-atribut bauran pemasaran pada Hotel Kartika Graha Malang terbukti.
4. Dari penelitian yang dilakukan dapat diketahui atribut-atribut yang paling mempengaruhi dan yang paling tidak berpengaruh bagi konsumen dalam memilih hotel, berdasarkan urutan kepentingannya adalah sebagai berikut : (lihat tabel 4.03)
  1. Pelayanan.
  2. Kualitas Kamar.
  3. Lokasi Hotel.
  4. Tarif Kamar.
  5. Fasilitas Hotel (Kolam renang, Fitness, dan lain-lain).
  6. Keamanan.
  7. Potongan Harga

Bila ditinjau dari urutan tingkat kepentingan, maka atribut yang menduduki urutan 1,2,3 dianggap penting oleh konsumen, ketiga atribut tersebut masing-masing memiliki kesenjangan 0,99 , 0,91 , 0,78. Hal ini berarti apa yang sangat diyakini konsumen tentang atribut pelayanan dan kualitas kamar sudah mendekati dengan harapan konsumen, tetapi atribut lokasi hotel yang juga sangat diyakini konsumen sangat sesuai dengan harapan konsumen.

Sedangkan atribut yang menduduki urutan tingkat kepentingan 4, 5 yaitu atribut tarif kamar dan fasilitas hotel (kolam renang, fitness, dan lain-lain), masing-masing memiliki kesenjangan 0,92 dan 1,04. Hal ini menunjukkan bahwa secara umum apa yang diyakini konsumen sudah cukup sesuai dengan harapan konsumen.

Kemudian atribut yang menduduki urutan tingkat kepentingan 6,7 yaitu atribut keamanan dan potongan harga masing-masing memiliki kesenjangan 1,16 dan 0,98. Hal ini berarti atribut keamanan yang kurang diyakini konsumen juga kurang mendekati harapan konsumen. Sedangkan atribut potongan harga yang juga kurang diyakini oleh konsumen cukup sesuai dengan harapan konsumen.

## 5.2 Saran

Dengan mempertimbangkan kesimpulan yang didasarkan pada hasil penelitian dan hasil analisis data yang telah dilakukan, maka penulis memberikan saran-saran kepada Hotel Kartika Graha Malang sebagai berikut :

1. Sikap konsumen terhadap atribut-atribut Hotel Kartika Graha Malang sudah baik atau menyenangkan, hal ini terlihat pada Ab sebesar 99,37 yang berada pada skala

0 sampai 100 pada skala 0 sampai 400. Oleh karena itu pihak Hotel Kartika Graha Malang harus mempertahankan prestasi ini dan juga meningkatkan kualitas yang ada pada hotel, yaitu kualitas kamar, pelayanan, keamanan, fasilitas hotel (kolam renang, fitness, dan lain-lain), tarif kamar, potongan harga, lokasi hotel.

2. Atribut-atribut yang sudah mendekati harapan konsumen seperti atribut pelayanan, kualitas kamar, lokasi hotel, tarif kamar, fasilitas hotel (kolam renang, fitness, dan lain-lain) serta potongan harga hendaknya dipertahankan prestasinya, bahkan masih perlu ditingkatkan agar konsumen benar-benar puas terhadap atribut-atribut hotel tersebut. Sedangkan atribut yang belum memenuhi harapan konsumen yaitu atribut keamanan harus lebih ditingkatkan lagi kualitasnya. Khusus untuk atribut keamanan yang belum sesuai dengan harapan konsumen, hendaknya pihak manajemen hotel meningkatkan keamanan tamu dan barang-barang miliknya baik didalam kamar maupun diluar kamar serta didalam lingkungan hotel, sehingga tamu yang bermalam dalam hotel benar-benar merasa tenang dan nyaman.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anto Dajan, *Pengantar Metode Statistik*, Jilid 2, Jakarta : LP3ES, 1986.
- Basu Swasta, dan T. Hani Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Penerbit Liberty, 1987.
- Basu Swasta, *Asas-asas Marketing*, Edisi Ketiga, Yogyakarta : Liberty, Cetakan Pertama, 1984.
- Hawkins, Del. I., *Consumer Behavior, Implications for Marketing Strategy*, Business Publikations, 1983.
- Departemen Pariwisata, Pos, dan Telekomunikasi DIY, *Statistik Parpostel DIY Tahun 1992*, Kanwil VIII Parpostel, Yogyakarta.
- H. Oka A. Yoeti, *Hotel Marketing*, Edisi I, Jakarta : Penerbit : PT Pertja 1995.
- J. Supranto, *Teknik Riset Pemasaran dan Ramalan Penjualan*, Jakarta : Lembaga Administrasi Perusahaan Fakultas Ekonomi Universitas Trisakti, 1973.
- J. Supranto, *Metode Riset Aplikasinya Dalam Pemasaran*, Edisi Ketiga, Penerbit: LPFEUI, 1981.
- Engel, James F., Blackwell, Roger D., Miniard, Paul W., *Perilaku Konsumen*, (Penterjemah : FX. Budyanto), Jilid I, Edisi Keenam, Jakarta : Bina Rupa Aksara, 1994.
- Lukas Setia Atmaja, *Memahami Statistika Bisnis*, Edisi I, Yogyakarta : Andi, 1997.
- Kotler, Philip, *Dasar - Dasar Pemasaran*, (Penterjemah : Wilhelmus W. Bakowatun, SE, Mpd), Jilid I, Edisi 3 : Penerbit Intermedia, 1997.

Kotler, Philip , *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan*

*Pengendalian*,(Penterjemah: Jaka Wasana) Jilid I, Erlangga, Jakarta, 1987.

Kinnerar,Thomas C. dan Taylor,James R. , *Riset Pemasaran*,(Penterjemah: Nugroho)

Jilid I, Edisi 3, Jakarta : Erlangga, 1988.

Stanton,William J., *Prinsip Pemasaran*,(Penterjemah: Jaka Wasana) Erlangga,

Jakarta, Edisi 7, Jilid I, 1985.

Maria Leonita, *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut-atribut Hotel Sriwedari*

Yogyakarta, Fakultas Ekonomi, UNIVERSITAS ATMA JAYA

YOGYAKARTA

*serviens in lumine veritatis*

# LAMPIRAN

**KARTIKA GRAHA HOTEL  
MALANG**

Dengan hormat,

Selamat datang di hotel Kartika Graha Malang

Kebahagiaan dan kepuasan anda tinggal bersama kami merupakan tujuan utama dari manajemen dan seluruh karyawan hotel Kartika Graha Malang. Sudilah kiranya anda meluangkan waktu untuk mengisi daftar pertanyaan ini , yang akan kami jadikan pedoman dalam meningkatkan pelayanan kami di waktu yang akan datang.

Terima kasih atas pilihan anda tinggal bersama Hotel Kartika Graha Malang.

**KUESIONER I**

Anda bermalam di Hotel Kartika Graha Malang dalam rangka urusan :

- Bisnis
- Non-bisnis ( keluarga, wisata, dan sebagainya )

**KUESIONER II**

Pertanyaan ini untuk mengetahui Ideal (harapan) dan Belief (kenyataan) anda terhadap atribut-atribut yang ada pada Hotel Kartika Graha Malang.

Tulishlah Ideal (I) dan Belief (B) anda pada kolom yang tersedia untuk tiap-tiap pertanyaan

Ideal (I) adalah Suatu kondisi yang diharapkan atau diinginkan oleh konsumen terhadap atribut hotel.

Belief (B) adalah Suatu kondisi yang dipercaya konsumen ada pada atribut hotel.

Contoh:

I dan B anda terhadap kualitas TV Sony, jika harapan (ideal) anda adalah televisi yang berkualitas baik dan keyakinan (belief) anda bahwa TV Sony berkualitas baik, maka jawaban anda adalah:

	5	4	3	2	1	
Sangat baik	I	B				Sangat tidak baik

atau

	5	4	3	2	1	
Sangat baik	I	B				Sangat tidak baik

Tulishlah I dan B anda terhadap atribut-atribut yang ada pada Hotel Kartika Graha Malang.

**Atribut produk:**

1. Kualitas kamar.

	5	4	3	2	1	
Sangat baik						Sangat tidak baik

2. Pelayanan

	5	4	3	2	1	
Sangat baik						Sangat tidak baik

**3. Keamanan**

5      4      3      2      1

Sangat baik 

--	--	--	--	--

 Sangat tidak baik

**4. Fasilitas hotel (kolam renang, fitness, dan lain-lain)**

5      4      3      2      1

Sangat lengkap 

--	--	--	--	--

 Sangat tidak lengkap

**Atribut harga**

**5. Tarif kamar**

5      4      3      2      1

Sangat murah 

--	--	--	--	--

 Sangat mahal

**Atribut promosi**

**6. Potongan harga**

5      4      3      2      1

Sangat banyak 

--	--	--	--	--

 Sangat sedikit

**Atribut tempat**

**7. Lokasi hotel**

5      4      3      2      1

Sangat strategis 

--	--	--	--	--

 Sangat tidak strategis

### **Kuesioner III**

Pada bagian ini, anda diminta memberikan ranking sesuai dengan urutan kepentingan yang menjadi prioritas anda.

- (     ) Kualitas kamar.
- (     ) Pelayanan.
- (     ) Keamanan.
- (     ) Fasilitas hotel ( kolam renang, fitness, dan lain lain ).
- (     ) Tarif kamar.
- (     ) Potongan harga.
- (     ) Lokasi hotel.

DP	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	AB
2	3	3	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	3	1	7	4	2	6	5	167.9
2	2	3	3	5	3	2	3	4	5	5	5	5	5	4	5	1	2	3	6	7	4	153.6
1	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	2	7	5	4	6	1	17.86	
1	5	4	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	3	1	6	4	2	5	7	35.71
2	4	4	3	2	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	4	1	7	6	3	5	2	125.0
1	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	1	6	2	4	7	5	25.00
2	5	4	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	1	7	6	2	5	3	89.29
1	4	4	5	1	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	1	3	5	4	6	7	2	100.0
1	5	5	4	2	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	1	2	6	5	7	3	35.71	
2	5	5	4	3	1	4	4	5	5	5	4	4	4	4	2	3	1	5	4	7	6	78.57
2	3	4	4	5	2	4	3	5	5	5	5	4	4	4	2	7	6	3	4	5	1	107.1
2	4	2	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	2	1	5	4	3	6	7	121.4
2	4	5	3	3	3	3	3	4	5	5	4	5	5	5	2	3	1	5	6	7	4	110.7
1	5	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	1	4	7	2	5	6	3	35.71
1	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	2	1	6	4	5	7	3	32.14
2	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	1	5	6	7	2	135.7
2	3	5	3	2	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	7	3	6	1	107.1
1	3	5	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	2	4	7	5	3	6	1	35.71
2	5	3	4	3	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	6	1	7	3	4	5	2	110.7
2	4	3	4	3	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	1	2	4	5	3	7	6	117.9
2	3	3	2	3	3	2	3	5	5	5	4	4	5	5	2	1	6	5	4	7	3	185.7
1	3	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	1	6	5	2	7	4	50.00
2	5	4	3	3	2	2	3	5	4	5	5	5	5	5	4	2	6	1	5	7	3	142.9
2	3	4	2	4	4	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	3	7	1	5	6	2	142.9
2	4	3	5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	5	4	5	1	4	2	7	6	3	78.57
1	4	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	2	6	4	1	7	5	67.86
2	3	4	1	5	4	3	2	4	5	5	5	4	5	4	3	1	4	6	5	7	2	150.0
2	5	3	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	3	2	5	6	4	7	1	103.6
1	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	5	1	2	7	4	6	3	71.43
2	4	3	2	3	3	2	3	5	5	4	5	5	5	5	3	2	7	4	5	6	1	189.3
2	3	3	4	5	3	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	1	7	4	2	5	6	92.86
1	3	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	3	1	6	5	2	7	4	53.57
1	5	4	3	3	2	4	4	5	5	5	5	5	5	4	2	1	5	3	7	6	4	100.0
2	4	3	3	3	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	2	6	4	1	7	3	146.4
1	5	5	4	3	3	4	3	5	5	5	5	4	5	4	2	3	1	5	4	6	7	71.43
1	5	4	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	1	6	4	2	7	5	53.57
1	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	1	2	5	4	6	7	50.00
2	3	3	3	3	4	3	2	4	4	5	5	5	5	4	4	2	7	5	3	6	1	146.4
1	2	4	3	4	3	2	3	5	4	4	4	4	4	4	3	1	4	5	6	7	2	103.6
1	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	7	1	4	3	5	6	2	39.29
1	3	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	1	6	4	2	7	5	103.6
1	3	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	7	1	6	3	2	5	4	25.00
2	3	3	2	3	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	3	1	7	5	2	6	4	175.0
2	3	3	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	1	2	7	4	5	6	3	100.0
1	5	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	4	5	4	2	1	3	4	5	6	7	71.43
2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	1	5	6	4	7	2	71.43
2	1	3	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	1	3	6	2	5	7	4	153.6
1	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	1	3	6	2	4	7	5	39.29
2	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	6	1	7	2	4	5	3	85.71
2	4	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	5	5	5	7	1	2	5	3	6	4	121.4
1	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	2	1	7	5	4	6	3	7.14
2	4	4	3	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	6	3	4	1	2	5	7	150.0

DP	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	I1	I2	I3	I4	I5	I6	I7	W1	W2	W3	W4	W5	W6	W7	AB
2	5	3	2	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	7	5	2	6	1	71.43
1	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	3	1	2	7	5	6	4	60.71
1	5	5	3	3	4	3	3	5	5	5	5	5	5	5	2	1	6	4	3	7	5	89.29
1	4	3	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	7	1	2	5	4	6	3	53.57
2	5	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	2	1	7	3	6	5	103.6
1	4	3	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	1	3	6	2	5	7	4	103.6
2	4	2	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	1	2	6	5	4	7	3	121.4
2	4	4	4	5	3	5	3	5	5	5	5	5	5	4	2	3	7	4	5	6	1	89.29
1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	1	3	6	4	2	5	7	64.29
2	4	3	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	2	7	5	3	6	1	128.6
1	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	2	1	7	3	4	6	5	64.29
1	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	5	6	3	7	2	75.00
1	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	1	6	3	5	7	2	21.43
2	3	2	3	3	4	4	3	5	5	4	5	5	5	5	3	1	7	4	2	6	5	192.9
2	3	3	4	3	4	3	3	5	5	4	5	4	5	4	1	4	6	2	3	7	5	139.3
2	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	2	4	6	5	3	7	1	142.9
1	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	2	6	3	5	7	1	67.86
2	3	1	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	3	2	6	7	4	5	1	121.4
1	4	4	3	4	1	3	3	4	5	4	4	4	4	4	2	1	7	3	5	6	4	82.14
2	3	3	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	2	7	5	4	1	6	3	121.4
2	3	5	3	3	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	2	4	1	3	5	7	6	135.7
1	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	2	1	7	5	4	6	3	42.86
2	1	3	5	5	2	3	4	4	5	5	5	4	4	4	3	1	5	4	6	7	2	121.4
1	3	4	4	4	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	1	5	6	4	7	2	67.86
1	3	4	4	4	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	3	1	7	4	2	5	6	85.71
2	4	5	3	2	5	1	3	5	5	5	4	5	4	4	3	2	7	4	5	6	1	100.0
2	3	4	5	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	1	4	7	3	6	5	2	139.3
1	4	3	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	1	2	6	5	7	3	78.57
2	5	5	2	3	4	2	3	5	5	5	5	5	5	4	2	4	3	1	6	7	5	132.1
1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	1	6	2	4	7	5	89.29
2	2	2	4	4	5	2	2	5	4	5	4	5	4	4	3	1	2	5	4	7	6	146.4
1	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	1	4	7	2	5	6	3	64.29
2	4	3	3	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	2	1	7	5	4	6	3	114.3
2	3	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	1	5	6	2	7	4	75.00
2	2	3	3	5	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	1	5	7	2	6	3	139.3
1	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	2	3	1	6	4	7	5	67.86
2	3	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	5	4	5	3	1	7	4	2	6	5	71.43
2	4	4	4	2	4	3	2	4	5	5	5	5	5	5	2	4	7	3	5	6	1	171.4
1	5	3	4	3	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	2	4	3	5	6	7	1	92.86
2	4	5	2	4	2	3	3	4	5	4	4	5	5	5	3	7	4	2	6	1	135.7	
1	3	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	2	1	4	5	6	7	3	50.00
1	3	3	2	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	2	3	6	4	7	5	1	103.6
2	3	4	2	1	5	2	3	4	5	5	4	5	4	4	4	1	5	6	2	7	3	117.9
1	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	1	6	4	5	7	2	64.29
2	4	5	3	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	6	1	5	3	2	7	4	82.14
2	4	1	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	3	2	6	5	4	7	1	178.6
2	3	3	3	5	2	4	5	4	5	4	5	4	4	5	2	1	6	5	3	7	4	114.3
1	5	5	3	4	3	3	4	5	5	4	5	4	5	4	3	1	5	4	6	7	2	39.29

Number of cases read = 100

Number of cases listed = 100

## DP TUJUAN PERJALANAN

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
BISNIS	1	45	45.0	45.0	45.0
NON BISNIS	2	55	55.0	55.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Valid cases	100	Missing cases	0		

## B1 BELIEF KUALITAS KAMAR

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
STB	1	2	2.0	2.0	2.0
TB	2	5	5.0	5.0	7.0
R	3	36	36.0	36.0	43.0
B	4	36	36.0	36.0	79.0
SB	5	21	21.0	21.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	3.690	Std dev	.929	Minimum	1.000
Maximum	5.000	Sum	369.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## B2 BELIEF PELAYANAN

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
STB	1	2	2.0	2.0	2.0
TB	2	6	6.0	6.0	8.0
R	3	32	32.0	32.0	40.0
B	4	38	38.0	38.0	78.0
SB	5	22	22.0	22.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	3.720	Std dev	.944	Minimum	1.000
Maximum	5.000	Sum	372.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## B3 BELIEF KEAMANAN

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
STB	1	1	1.0	1.0	1.0
TB	2	9	9.0	9.0	10.0
R	3	32	32.0	32.0	42.0
B	4	44	44.0	44.0	86.0
SB	5	14	14.0	14.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	3.610	Std dev	.875	Minimum	1.000
Maximum	5.000	Sum	361.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## B4 BELIEF FASILITAS HOTEL

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
STB	1	2	2.0	2.0	2.0
TB	2	5	5.0	5.0	7.0
R	3	29	29.0	29.0	36.0
B	4	44	44.0	44.0	80.0
SB	5	20	20.0	20.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	3.750	Std dev	.903	Minimum	1.000
Maximum	5.000	Sum	375.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## B5 BELIEF TARIF KAMAR

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
STB	1	2	2.0	2.0	2.0
TB	2	6	6.0	6.0	8.0
R	3	28	28.0	28.0	36.0
B	4	44	44.0	44.0	80.0
SB	5	20	20.0	20.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	3.740	Std dev	.917	Minimum	1.000
Maximum	5.000	Sum	374.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## B6 BELIEF POTONGAN HARGA

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
STB	1	1	1.0	1.0	1.0
TB	2	9	9.0	9.0	10.0
R	3	26	26.0	26.0	36.0
B	4	45	45.0	45.0	81.0
SB	5	19	19.0	19.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Mean 3.720 Std dev .911 Minimum 1.000  
 Maximum 5.000 Sum 372.000

Valid cases 100 Missing cases 0

## B7 BELIEF LOKASI HOTEL

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
TB	2	4	4.0	4.0	4.0
R	3	30	30.0	30.0	34.0
B	4	47	47.0	47.0	81.0
SB	5	19	19.0	19.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Mean 3.810 Std dev .787 Minimum 2.000  
 Maximum 5.000 Sum 381.000

Valid cases 100 Missing cases 0

## I1 IDEAL KUALITAS KAMAR

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
B	4	40	40.0	40.0	40.0
SB	5	60	60.0	60.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	4.600	Std dev	.492	Minimum	4.000
Maximum	5.000	Sum	460.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## I2 IDEAL PELAYANAN

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
B	4	29	29.0	29.0	29.0
SB	5	71	71.0	71.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	4.710	Std dev	.456	Minimum	4.000
Maximum	5.000	Sum	471.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## I3 IDEAL KEAMANAN

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
B	4	23	23.0	23.0	23.0
SB	5	77	77.0	77.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	4.770	Std dev	.423	Minimum	4.000
Maximum	5.000	Sum	477.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## I4 IDEAL FASILITAS HOTEL

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
B	4	21	21.0	21.0	21.0
SB	5	79	79.0	79.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	4.790	Std dev	.409	Minimum	4.000
Maximum	5.000	Sum	479.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## I5 IDEAL TARIF KAMAR

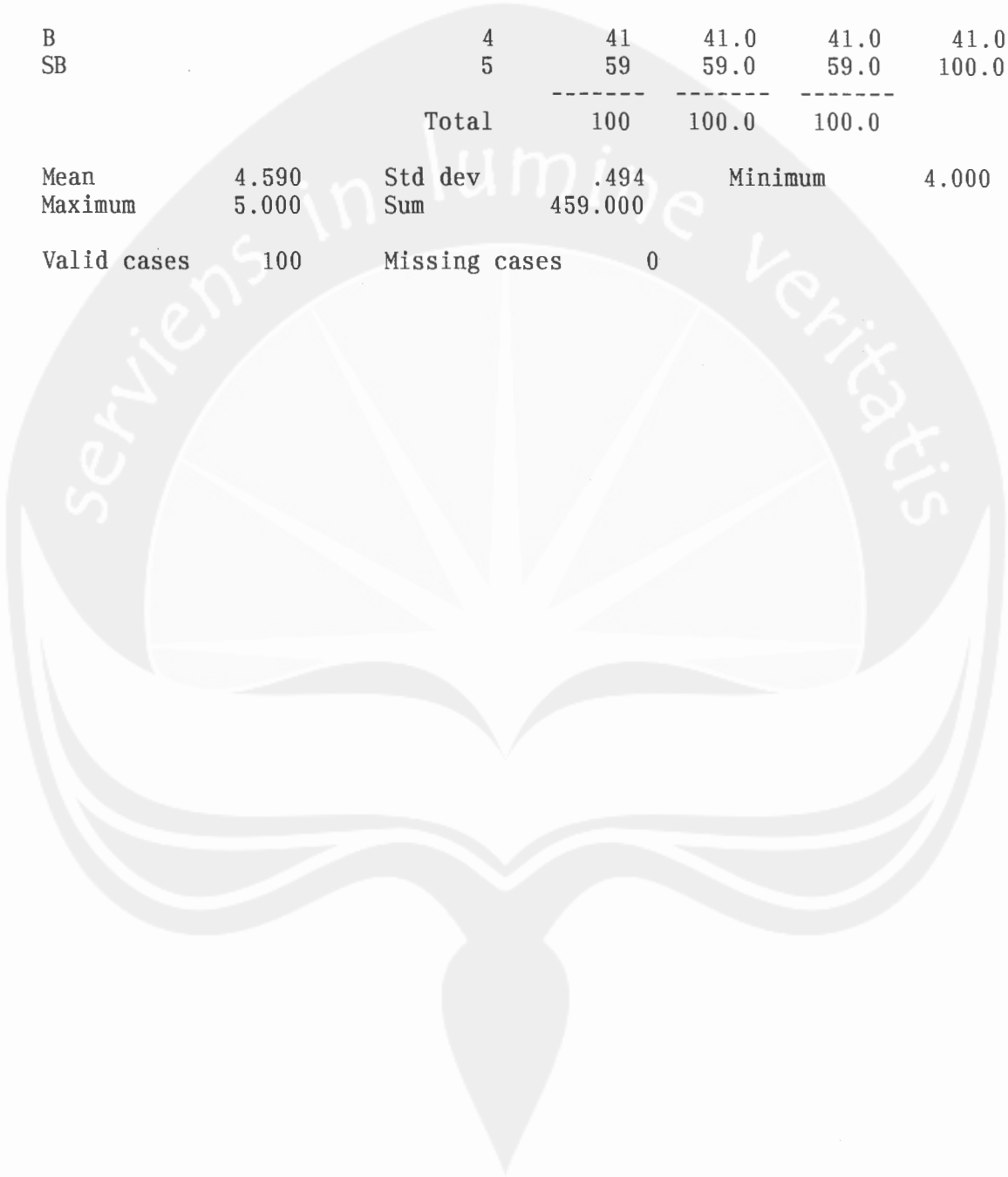
Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
B	4	34	34.0	34.0	34.0
SB	5	66	66.0	66.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	4.660	Std dev	.476	Minimum	4.000
Maximum	5.000	Sum	466.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## I6 IDEAL POTONGAN HARGA

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
B	4	30	30.0	30.0	30.0
SB	5	70	70.0	70.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	4.700	Std dev	.461	Minimum	4.000
Maximum	5.000	Sum	470.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## I7 IDEAL LOKASI HOTEL

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
B	4	41	41.0	41.0	41.0
SB	5	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	
Mean	4.590	Std dev	.494	Minimum	4.000
Maximum	5.000	Sum	459.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		



## W1 BOBOT KUALITAS KAMAR

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	12	12.0	12.0	12.0
	2	27	27.0	27.0	39.0
	3	32	32.0	32.0	71.0
	4	15	15.0	15.0	86.0
	5	6	6.0	6.0	92.0
	6	4	4.0	4.0	96.0
	7	4	4.0	4.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	3.040	Std dev	1.470	Minimum	1.000
Maximum	7.000	Sum	304.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## W2 BOBOT PELAYANAN

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	55	55.0	55.0	55.0
	2	17	17.0	17.0	72.0
	3	15	15.0	15.0	87.0
	4	11	11.0	11.0	98.0
	7	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	1.920	Std dev	1.285	Minimum	1.000
Maximum	7.000	Sum	192.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## W3 BOBOT KEAMANAN

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	7	7.0	7.0	7.0
	2	9	9.0	9.0	16.0
	3	3	3.0	3.0	19.0
	4	8	8.0	8.0	27.0
	5	14	14.0	14.0	41.0
	6	29	29.0	29.0	70.0
	7	30	30.0	30.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	
Mean	5.200	Std dev	1.902	Minimum	1.000
Maximum	7.000	Sum	520.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## W4 BOBOT FASILITAS HOTEL

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	4	4.0	4.0	4.0
	2	10	10.0	10.0	14.0
	3	14	14.0	14.0	28.0
	4	26	26.0	26.0	54.0
	5	28	28.0	28.0	82.0
	6	12	12.0	12.0	94.0
	7	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	
Mean	4.240	Std dev	1.471	Minimum	1.000
Maximum	7.000	Sum	424.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## W5 BOBOT TARIF KAMAR

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	21	21.0	21.0	24.0
	3	14	14.0	14.0	38.0
	4	25	25.0	25.0	63.0
	5	23	23.0	23.0	86.0
	6	11	11.0	11.0	97.0
	7	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	
Mean	3.890	Std dev	1.483	Minimum	1.000
Maximum	7.000	Sum	389.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## W6 BOBOT POTONGAN HARGA

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	5	14	14.0	14.0	14.0
	6	38	38.0	38.0	52.0
	7	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	
Mean	6.340	Std dev	.714	Minimum	5.000
Maximum	7.000	Sum	634.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

## W7 BOBOT LOKASI HOTEL

Value Label	Value	Frequency	Percent	Valid Percent	Cum Percent
	1	19	19.0	19.0	19.0
	2	16	16.0	16.0	35.0
	3	22	22.0	22.0	57.0
	4	15	15.0	15.0	72.0
	5	15	15.0	15.0	87.0
	6	6	6.0	6.0	93.0
	7	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	
Mean	3.370	Std dev	1.796	Minimum	1.000
Maximum	7.000	Sum	337.000		
Valid cases	100	Missing cases	0		

Independent samples of DP TUJUAN PERJALANAN

Group 1: DP EQ 1 Group 2: DP EQ 2

t-test for: AB

	Number of Cases	Mean	Standard Deviation	Standard Error
Group 1	45	61.1905	25.940	3.867
Group 2	55	124.8701	31.631	4.265

F Value	2-Tail Prob.	Pooled Variance Estimate			Separate Variance Estimate		
		t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.	t Value	Degrees of Freedom	2-Tail Prob.
1.49	.177	-10.84	98	.000	-11.06	98.00	.000



Jl. Jaks Agung Suprpto 17 Malang  
Eas Java - Indonesia  
Phone : (0341) 361900 (10 lines)  
Facsimile : (0341) 361911

**SURAT KETERANGAN**

**No : ca.814/08/ket/98**

Yang bertanda tangan dibawah ini Pimpinan Hotel Kartika Graha Malang,  
menerangkan bahwa :

**Nama : RUDY HANTANTO**  
**No Mhs. : 07067/EM**  
**NIRM : 940051051302120031**  
**Lembaga : UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN**

benar-benar telah melakukan penelitian di Hotel kami pada tanggal 3 Agustus 1998  
sampai dengan tanggal 26 Agustus 1998 untuk menyelesaikan skripsi dengan judul :

**“ANALISA SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT-ATRIBUT  
HOTEL KARTIKA GRAHA MALANG“**

Demikian Surat Keterangan ini kami buat, untuk dapat dipergunakan  
sebagaimana mestinya.

Malang, 31 Agustus 1998

a/n Pimpinan Hotel

  
**Agus Purwanto**

**Personalia Officer**



**PERPUSTAKAAN  
FAK. EKONOMI-MANAJEMEN  
UNIVERSITAS ATMA JAYA  
YOGYAKARTA**