



Y

Customer Research

 <p>UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN</p>	<p>MILIK PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA</p>
Diterima	: - 8 NOV 2005
Inventarisasi	: 2866/EM/Hd.8/2005
Klasifikasi	: Rf. 658.834/Bon/05
Selesai Diproses :	

 <p>UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA PERPUSTAKAAN</p>	<p>UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI Program Studi Manajemen</p>
--	--

F

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN ATRIBUT LAYANAN YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN UNTUK PEMILIHAN SEBUAH HOTEL
DI YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Disusun Oleh :

Bonus Meris Tarigan

NPM : 97 03 10000

NIRM : 9700510513021100296

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
MARET, 2005**

SKRIPSI

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN ATRIBUT LAYANAN YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN UNTUK PEMILIHAN SEBUAH HOTEL
DI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :


Bonus Meris Tarigan

NPM : 97 03 10000

NIRM : 970051051302120296

Telah Dibaca dan Disetujui Oleh :

Pembimbing Utama


C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.

Tanggal 5 Maret 2005

SKRIPSI
ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN ATRIBUT LAYANAN YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
UNTUK PEMILIHAN SEBUAH HOTEL DI YOGYAKARTA

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

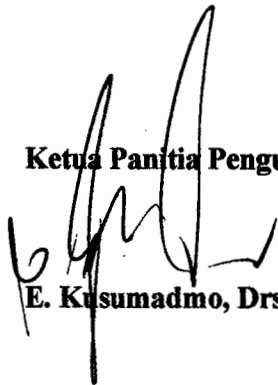
Bonus Meris Tarigan

NPM : 97 03 10000

Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 5 Maret 2005
dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

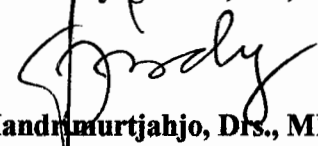
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji


E. Kusumadmo, Drs., MM.

Anggota Panitia Penguji


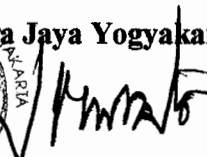

C. Jarot Priyogutomo, Drs., MBA.


Deddy Handrumurtjahjo, Drs., MBM.

Yogyakarta, 5 Maret 2005

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Atma Jaya Yogyakarta



Dr. FX. Suwanto, MS.
FAKULTAS EKONOMI

PERNYATAAN

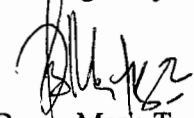
Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul:

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN ATRIBUT LAYANAN YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN
KEPUTUSAN UNTUK PEMILIHAN SEBUAH HOTEL DI
YOGYAKARTA**

Benar – benar hasil karya saya sendiri. Pernyataan, ide, maupun kutipan baik langsung maupun tidak langsung yang bersumber dari ide atau tulisan orang lain dinyatakan secara tertulis dalam skripsi ini dalam catatan perut / catatan kaki / daftar pustaka. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa saya melakukan plagiasi sebagian atau seluruhnya dari skripsi ini, maka gelar dan ijazah yang saya peroleh dinyatakan batal dan akan saya kembalikan kepada Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Yogyakarta, Maret 2005

Yang menyatakan



Bonus Meris Tarigan

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-NYA sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir dengan judul “Analisis Tingkat Kepentingan Atribut Layanan Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Untuk Pemilihan Sebuah Hotel di Yogyakarta” adalah persyaratan guna mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Pada dasarnya tema yang diangkat dalam penelitian ini adalah tentang faktor/atribut layanan dalam perusahaan jasa, khususnya industri perhotelan. Tujuan akhir dari analisis terhadap atribut layanan ini adalah untuk memberikan kepuasan tertinggi kepada konsumen. Sebagian faktor/atribut layanan yang dijadikan ukuran sudah lazim dipakai sebagai standar dalam mengukur kualitas layanan perusahaan jasa, namun sebagian lagi bisa digunakan untuk melengkapi standar layanan yang telah ada selama ini.

Selanjutnya tugas akhir ini membahas tentang faktor layanan yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam pemilihan sebuah hotel di Yogyakarta. Kemudian mencoba menemukan apakah ada perbedaan tingkat kepentingan diantara faktor/atribut layanan tersebut jika ditinjau dari karaktersistik konsumen.

Skripsi ini terbatas hanya membahas tentang faktor/atribut layanan apa yang penting bagi konsumen dalam memilih hotel. Untuk memperoleh hasil yang lebih

menyeluruh apakah konsumen puas atau tidak, maka diperlukan penelitian lanjutan dengan cara melakukan analisis kepuasan konsumen terhadap atribut layanan yang dimiliki sebuah hotel.

Penulis mengucapkan terima kasih kepada pihak – pihak yang telah memberikan bantuan ide dan saran selama proses penyelesaian tugas akhir ini:

1. Bapak Drs. C Jarot Priyogutomo, M.B.A. selaku dosen pembimbing utama dalam penulisan tugas akhir ini, yang telah memberikan bimbingan dan ide yang sangat membantu selama penulisan berlangsung.
2. Segenap karyawan perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, karena telah membantu mencari literature yang dibutuhkan selama proses tugas akhir ini berlangsung.
3. Seluruh responden yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner untuk tugas akhir ini

Ucapan Terima Kasih Khusus pada:

- Sahabat – sahabatku yang selalu berbagi suka dan duka, Wira Rahardja dan keluarga “ *Life is beautiful, just keep on trying – pay off doesn’t matter*”, Jeffry Mau atas bimbingan skripsi + rohaninya, Junus Pinem (buat pinjaman duitnya - BPD), Agus “sipemikat wanita” M. Akbar, Ober, Syaiful, , Dodi sang idealis, Pipiet, “Di”, Indrie, Catur, dan semuanya.
- Ucapan terima kasih paling istimewa buat Niche dan keluarga atas pinjaman Printer-nya, atas waktunya *nganterin* makanan ke kost, atas *nombok'in* motornya. Semoga Tuhan selalu memberkati dan membalas kebaikan kamu. Jangan keseringan “ *baring – baring yaa....!*”.

Semoga tugas akhir ini dengan segala keterbatasannya dapat bermanfaat bagi bisnis perhotelan di Yogyakarta. Juga untuk para pembaca yang tertarik dengan topik yang terkait. Terima kasih

Yogyakarta, Maret 2005

Penulis

"Procrastination is a Thief of Time"

"Procrastination is a Thief of Time"

"Procrastination is a Thief of Time"

"Procrastination is a Thief of Time"

"Procrastination is a Thief of Time"

"Procrastination is a Thief of Time"

"Procrastination is a Thief of Time"

"Procrastination is a Thief of Time"

"Procrastination is a Thief of Time"

"Procrastination is a Thief of Time"

"Procrastination is a Thief of Time"



Skripsi ini kupersembahkan untuk;

- ♥ **Orang tuaku (*Nande ras Bapa*) yang kucintai dan kuhormati, atas kesabaran dan pengorbanannya.**
- ♥ **Abang Tua sekeluarga (*Abang Sutra, Mba' Prima, Oza*). Terima kasih atas semua dukunganya dan semoga Tuhan selalu memberkati anda semua.**
- ♥ **Adik – adikku; *Marselina dan Insaf*. Selamat Berjuang!**

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
INTISARI	xviii
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	4
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4.1. Tujuan Penelitian	6
1.4.2. Manfaat Penelitian	6
1.5. Hipotesis Penelitian	7
1.6. Metodologi penelitian	8

	Halaman
1.6.1. Bentuk Penelitian	8
1.6.2. Populasi penelitian	8
1.6.3. Metode Pengambilan sampel	8
1.6.4. Metode Pengambilan Data	9
1.6.5. Metode Pengukuran data	9
1.6.6. Metode Pengujian instrumen	9
1.6.6.1. Uji Validitas	10
1.6.6.2. Uji Reliabilitas	11
1.6.7. Metode Analisis Data	12
1.6.7.1. Analisis Persentase	12
1.6.7.2. Analisis Faktor	13
1.6.7.3. Analisis Chi-Square	14
1.7. Sistematika Penulisan	15
BAB II. LANDASAN TEORI	17
2.1. Pengertian dan Konsep Dasar Pemasaran	17
2.1.1. Pengertian Pemasaran	17
2.1.2. Konsep Dasar Pemasaran	18
2.2. Pengertian Manajemen Pemasaran	20
2.2.1. Orientasi Manajemen pemasaran	20
2.3. Pemasaran Jasa	22
2.3.1. Sifat dan Karakteristik Jasa	22
2.3.2. Klasifikasi Jasa	23

	Halaman
2.3.3. Strategi Pemasaran Untuk Perusahaan Jasa	26
2.3.4. Persepsi Konsumen terhadap Jasa atau Layanan	29
2.3.5. Sifat – Sifat Khusus Pemasaran Jasa.....	32
2.4. Menciptakan Keunggulan Kompetitif	32
2.5. Pemasaran Hotel	35
2.5.1. Arti dan Pengelolaan Hotel	35
2.5.2. Produk Hotel	36
2.5.3. Pemasaran Hotel	37
2.6. Atribut – atribut yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Hotel	38
2.7. Dasar – Dasar Segmentasi	41
2.8. Perilaku Konsumen	44
2.8.1. Pengertian Perilaku Konsumen	44
2.8.2. Model Perilaku Konsumen	44
2.8.3. Karakteristik yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen..	46
2.8.4. Proses Pengambilan Keputusan Konsumen	52
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1. Bentuk Penelitian	56
3.2. Populasi Penelitian.....	56
3.3. Metode Pengambilan Sampel	56
3.4. Metode Pengambilan Data	57

	Halaman
3.6. Metode Pengukuran Data	57
3.7. Metode Pengujian Instrumen	58
3.8. Metode Analisis Data	60
3.8.1. Analisis Persentase	61
3.8.2. Teknik Analisis Faktor	61
3.8.3. Analisis Chi-Square	62
BAB IV. ANALISIS DATA	65
4.1. Tahapan Penelitian	65
4.2. Uji Validitas dan Reliabilitas	65
4.2.1. Hasil Uji Validitas	66
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	67
4.3. Analisis Karakteristik Responden	68
4.3.1. Pengelompokan Berdasarkan Jenis Kelamin	69
4.3.2. Pengelompokan Berdasarkan Pekerjaan	69
4.3.3. Pengelompokan Berdasarkan Tujuan Perjalanan/Menginap	70
4.3.4. Pengelompokan Berdasarkan Frekwensi Menginap	70
4.4. Analisis Faktor	71
4.5. Analisis Chi-Square	76
4.5.1. Tingkat Kepentingan Faktor/Atribut Layanan Ditinjau dari Jenis Kelamin	77
4.5.2. Tingkat Kepentingan Faktor/Atribut Layanan Ditinjau Dari Pekerjaan	84

	Halaman
4.5.3. Tingkat Kepentingan Faktor/Atribut Layanan Ditinjau Dari Tujuan Perjalanan/Menginap	92
BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN	100
5.1. Kesimpulan	100
5.2. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
4.1. Hasil Pengujian Validitas Butir Terhadap Faktor	66
4.2. Hasil Uji Reliabilitas Butir Terhadap Faktor	67
4.3. Komposisi Berdasarkan Jenis kelamin Responden	69
4.4. Komposisi Berdasarkan Pekerjaan Responden	69
4.5. Komposisi Berdasarkan Tujuan Perjalanan/Menginap Responden.....	70
4.6. Komposisi Berdasarkan Frekwensi Menginap.....	70
4.7. Hasil Analisis Faktor	71
4.8. Rangkuman Hasil Analisis Chi-Square Tingkat Kepentingan Faktor Layanan Ditinjau Dari Jenis Kelamin	77
4.9. Rangkuman Hasil Analisis Chi-Square Tingkat Kepentingan Faktor Layanan Faktor Layanan Ditinjau Dari Pekerjaan	84
4.10. Rangkuman Hasil Analisis Chi-Square Tingkat Kepentingan Faktor Layanan Ditinjau Dari Tujuan Perjalanan/Menginap	92

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
2.1. Konsep Inti Pemasaran	18
2.2. Perbedaan Konsep Pemasaran dan Penjualan	21
2.3. Prinsip Nilai Pelanggan	28
2.4. Tipe – Tipe Pemasaran Dalam Industri Jasa	28
2.5. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi Pelanggan Terhadap Jasa	31
2.6. Bukti Layanan (<i>Evidence of Service</i>)	31
2.7. SERVQUAL model	34
2.8. Suatu Model Sederhana dari Pengambilan Keputusan	42
2.9. Model Perilaku Pembeli	43
2.10. Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	43

**ANALISIS TINGKAT KEPENTINGAN ATRIBUT LAYANAN YANG
MEMPENGARUHI KONSUMEN DALAM PENGAMBILAN KEPUTUSAN
UNTUK PEMILIHAN SEBUAH HOTEL
DI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :
Bonus Meris Tarigan
NPM : 97 03 10000

Pembimbing Utama

Drs. C Jarot Priyogutomo, M.B.A.

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor/atribut layanan yang mempengaruhi pembuatan keputusan konsumen di Yogyakarta dalam memilih sebuah hotel, serta mencoba menemukan apakah konsumen dengan karakteristik yang berbeda memiliki perbedaan penilaian atas tingkat kepentingan faktor/atribut layanan tersebut.

Dari hasil penelitian maka diperoleh temuan bahwa terdapat tujuh faktor layanan yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen di Yogyakarta dalam memilih hotel. Faktor layanan tersebut adalah : *working environment*, *tangibles*, *amenity*, *reliability*, *responsiveness of employees*, *complimentary items*, dan *guest room setting*. Sementara itu, jika ditinjau dari karakteristik konsumen ternyata konsumen dengan pekerjaan dan tujuan perjalanan/menginap yang berbeda memiliki perbedaan penilaian atas tingkat kepentingan faktor/atribut layanan yang ditawarkan oleh pihak hotel..

Working environment terdiri dari : keramahan dan kehangatan karyawan, sambungan internet/fax, meja kerja, telephone, kecepatan proses *check in/out*. *Tangibles* terdiri dari : ketenangan kamar, kebersihan kamar, dan kenyamanan tempat tidur. *Amenity* terdiri dari : variasi dan kualitas fasilitas olahraga dan hiburan, buku petunjuk hotel dan panduan wisata, fasilitas *money changer* dan *car rental*,serta *business center* yang efisien. *Responsiveness of employees* terdiri dari : atmosphere, kemudahan reservasi, penanganan keluhan dengan cepat dan tuntas. *Complimentary items* terdiri dari *complimentary items*. *Guest room setting* terdiri dari : Kualitas dan kecukupan perabotan kamar, dan ukuran / luas kamar.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa ketujuh faktor layanan diatas harus disediakan oleh pihak hotel untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Pihak hotel juga perlu mengetahui faktor demografi para konsumen, untuk selanjutnya melakukan penyesuaian layanannya dengan pekerjaan, tujuan menginap konsumen tersebut. Hal ini penting karena konsumen dengan karakteristik yang berbeda memiliki penilaian yang berbeda atas kepentingan suatu atribut layanan.

Kata Kunci : Hotel, Faktor dan Atribut Layanan