
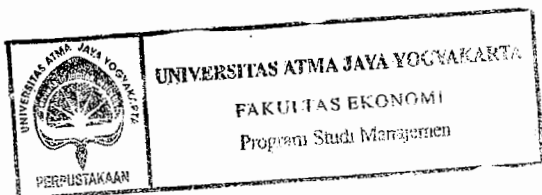


consumer behavior

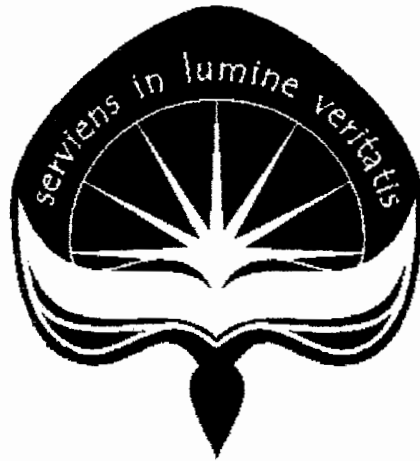
	UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN
	28 Mei 2007
Klasifikasi	3306/EM/14d.5/2007
Klasifikasi	RJ 658.8342 JUN 06



**SIKAP KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN
HOTEL SAHID RAYA YOGYAKARTA**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai Derajat Sarjana Ekonomi (S1)
Pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



**Disusun oleh :
YUNIARTO NUGROHO
NPM : 01 03 12851**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
FEBRUARI 2006**

SKRIPSI

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN
HOTEL SAHID RAYA YOGYAKARTA**

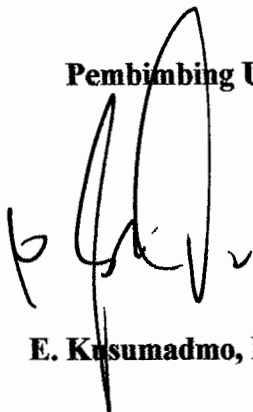
Disusun oleh :

Yuniarto Nugroho

NPM. 01 03 12851

Telah dibaca dan disetujui oleh :

Pembimbing Utama



E. Kusumadmo, Drs., MM

Tanggal 12 Januari 2006

SKRIPSI

**SIKAP KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN
HOTEL SAHID RAYA YOGYAKARTA**

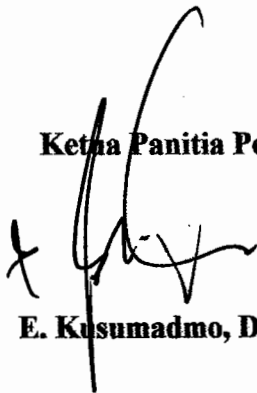
Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

**YUNIARTO NUGROHO
NPM : 01 03 12851**

**Telah dipertahankan di depan panitia penguji pada tanggal 4 Februari 2006
Dan dinyatakan telah memenuhi persyaratan untuk mencapai derajat
Sarjana Ekonomi (S1) pada Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta**

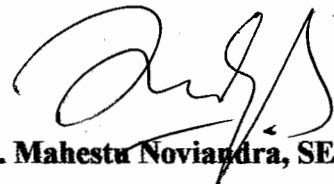
SUSUNAN PANITIA PENGUJI

Ketua Panitia Penguji



E. Kusumadmo, Drs., MM.

Anggota Panitia Penguji



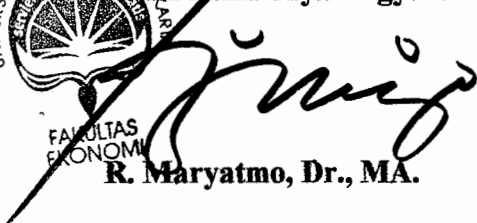

W. Mahesta Novianindra, SE., MScib.



Gunawan Jiwanto, Drs., MBA.

Yogyakarta, 4 Februari 2006

**Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Atma Jaya Yogyakarta**



R. Maryatmo, Dr., MA.

PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini sesungguhnya menyatakan bahwa skripsi dengan judul :

“SIKAP KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN HOTEL SAHID RAYA YOGYAKARTA”

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

Yogyakarta, Januari 2006

Yang menyatakan



Yuniarto Nugroho

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur pada Allah Bapa yang Maha Kasih atas segala berkat, karunia, dan bimbingan-Nya selama penulis menuntut ilmu di Universitas Atma Jaya Yogyakarta hingga terselesainya penyusunan skripsi ini. Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Program Studi Manajemen pada Fakultas ekonomi Atma Jaya Yogyakarta. Adapun judul skripsi ini adalah **“SIKAP KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN HOTEL SAHID RAYA YOGYAKARTA”**.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak dapat terlaksana dengan baik tanpa bantuan dari berbagai pihak yang dengan tulus hati membantu.

Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak E. Kusumadmo, Drs., MM, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran dalam memberikan bimbingan, arahan, dan masukan dalam penyusunan skripsi ini.
2. Bapak R. Maryatmo., Dr., MA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Seluruh staff pengajar Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
4. Seluruh Staff administrasi dan perpustakaan Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

5. Bapak Sunardi selaku Asst. Personnel Mng Hotel Sahid Raya Yogyakarta atas ijin penelitiannya.
6. Bapak FX. Sutikno, Ibu Widati, Ibu Ninik dan segenap karyawan Hotel Sahid Raya Yogyakarta, terima kasih atas segala bantuannya.
7. Keluargaku di Kleben, Susukan, dan Klewonan, maturnuwun atas semua bimbingan, kesabaran, dorongan serta keceriaannya Terima kasih atas segalanya...
8. Teman-teman dari komunitas anak tangga (Cah Ondo) : Paul, Hendi, Hendro, Galih, Gembeng, Gembong, Anang, Tedi, Nopek, David, Della, Wawan, Banu, Ariel, Dody, Dwek, Aris, Canthang, dll. Makasih banget atas Support *and* kumpul-kumpulnya, semoga di kemuadian hari nanti kita bisa kumpul bareng lagi...
9. Teman-teman bal-balan UNY : Slamet, Fred, Bonar, Moncrot, Aan, Rossi, Anja, Helmon, Krisna, Basuki, dll. Makasih atas olah raga bersamanya.
10. Teman-teman FE UAJY angkatan 2001 yang sudah lulus, hampir, maupun yang belum, maturnuwun buat persahabatan dan pertemanan yang menyenangkan selama ini.
11. Teman-teman kontrakkanku (Pagol, Agus, Leo, dan Mike) yang telah memberikan banyak bantuan dengan meminjamkan buku dan catatan, menyumbangkan waktu dan pikiran, memberikan solusi-solusi, serta menemaniku maen Ps (waktu masih ada hehehe) dan Worms dikala suntuk. Hidup Honda Pugeran Owners, kita mesti touring bareng-bareng

lagi kawan.... Buat teman-teman seperjuanganku saat memulai hidup di Yogyakarta : Lucie, Ruri, Emma, Nia, Adit, Sugro, dll.

12. Teman-teman Pengawas Ujian semester gasal 2005/2006 FE UAJY : Mario, Ipoet, Lusia, Hendry, Dita, Siska, Nita “heboh”, Nita, Mega, Maya, Novan, Nandes, Dimas, Zola, dll. Atas kebersamaan dan pengalaman kerjanya.
13. Teman-teman KKN “Dukuh” Tempel, Sleman : Buyung Korpok, Felix, Sari, Cisca, Arie dan James atas kerjasama, pembelajaran dan kenangan yang hebat.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu, yang telah membantu penulis menyelesaikan penyusunan skripsi ini,

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Maka penulis membuka pintu bagi penyampaian kritik dan saran sebagai masukan untuk memperbaiki skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap skripsi ini kiranya dapat bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, Januari 2006

Penulis

Yuniarto Nugroho

**"ia membuat segala sesuatu indah pada waktunya,
bahkan ia memberikan kekekalan dalam hati mereka.
Tetapi manusia tidak dapat menyelami pekerjaan yang dilakukan Allah
dari Awal sampai akhir.".....(Penghotbah 3 : 11)**

**"janganlah takut, sebab aku menyertai engkau ; Janganlah bimbang,
sebab aku ini Allahmu ; Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong
engkau ; Aku akan memegang engkau dengan tangan-tangan kananku yang
membawa kemenangan."(Yesaya 41 : 10)**

Hadapi Dengan Senyuman

Semua yang terjadi biar terjadi

Hadapi dengan tenang jiwa

Semua kan baik-baik saja.....(Dewa : Laskar Cinta)

Skripsi ini kupersembahkan untuk ytc :

- Bapak & Ibu, atas semua bimbingan, kesabaran dan supportnya
- Adikku Noa atas semua rasa persaudaraan, dukungan, bantuan, dorongan semangat yang saya peroleh selama ini
- Cemplukku yang nggemesin he..he

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
INTISARI.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Batasan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	6
1.5. Manfaat Penelitian.....	6
1.6. Hipotesis Penelitian.....	6
1.7. Metodologi Penelitian.....	7
1.7.1. Metode Pengujian Instrumen.....	7

I.7.2. Sampling.....	9
I.7.3. Variabel Penelitian.....	10
I.7.4. Metode Pengumpulan Data.....	11
I.7.5. Teknik Analisis Data.....	11
I.8. Sistematika Penulisan.....	14
 BAB II LANDASAN TEORI	
II.1. Pengertian Pemasaran.....	16
II.2. Manajemen Pemasaran.....	17
II.3. Konsep Pemasaran.....	17
II.4. Marketing Mix.....	19
II.5. Pembahasan Mengenai Produk.....	21
II.5.1. Pengertian Produk.....	21
II.5.2. Klasifikasi Produk.....	23
II.6. Pengertian Jasa.....	24
II.6.1. Klasifikasi Jasa.....	25
II.6.2. Karakteristik Jasa.....	26
II.7. Manajemen Jasa.....	27
II.8. Pemasaran Jasa.....	28
II.9. Jasa pelayanan.....	29
II.9.1. Pengertian Jasa Pelayanan.....	29
II.9.2. Karakteristik Jasa Pelayanan.....	29
II.9.3. Model Kualitas Jasa Pelayanan.....	31

II.10. Harapan dan Kepuasan Pelanggan.....	33
II.10.1. Harapan Pelanggan.....	33
II.10.2. Kepuasan Pelanggan.....	34
II.11. Perilaku Konsumen.....	36
II.11.1. Pengertian Perilaku Konsumen.....	36
II.11.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.....	38
II.11.3. Model Pengorganisasian Perilaku Konsumen.....	39
II.11.4. Peranan Perilaku Konsumen.....	41
II.12. Sikap Konsumen.....	43
II.12.1. Pengertian Sikap.....	45
II.12.2. Komponen Sikap.....	46
II.12.3. Fungsi Sikap.....	47
II.12.4. Pengembangan Sikap.....	49
II.13. Model Sikap Multiatribut.....	50
II.13.1. Komponen-komponen Model Sikap Multiatribut.....	50
 BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
III.1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	52
III.1.1. Sejarah Berdirinya Hotel Sahid Raya Yogyakarta.....	52
III.1.2. Masa Transaksi/Inventarisasi.....	52
III.1.3. Timbang Terima.....	53
III.1.4. Tahapan Pembangunan Hotel Sahid Raya.....	54
III.1.5. Peresmian.....	57

III.1.6. Perubahan Nama Hotel.....	58
III.2. Lokasi Hotel Sahid Raya Yogyakarta.....	58
III.3. Fasilitas-fasilitas Hotel Sahid Raya Yogyakarta.....	59
III.4. Department-department Pendukung.....	62
BAB IV ANALISIS DATA	
IV.1. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	68
IV.1.1. Uji Validitas.....	69
IV.1.2. Uji Reliabilitas.....	71
IV.2. Hubungan Antara Kepercayaan Konsumen dan Evaluasi Konsumen.....	72
IV.2.1. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Hubungan Kepercayaan dan Evaluasi Konsumen	77
IV.2.2. Sikap Keseluruhan (Ao) Konsumen Hotel Sahid Raya Yogyakarta.....	78
IV.3. Analisis Hubungan Sikap dengan Status Konsumen.....	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
V.1. Kesimpulan.....	87
V.2. Saran.....	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Klasifikasi jasa.....	27
Tabel 3.1. Kapasitas Ruang Pertemuan Hotel Sahid Raya Yogyakarta.....	61
Tabel 4.1. Uji Validitas Kelompok Variabel Keyakinan (<i>belief</i>).....	69
Tabel 4.2. Uji Validitas Kelompok Variabel Evaluasi (<i>evaluation</i>).....	70
Tabel 4.3. Summary Fishbein Konsumen yang Sudah Pernah Lebih Dari Satu Kali Menggunakan Jasa Hotel Sahid Raya Yogyakarta.....	75
Tabel 4.4. Summary Fishbein Konsumen yang Baru Pertama Kali Menggunakan Jasa Hotel Sahid Raya Yogyakarta.....	76
Tabel 4.5. Distribusi Sikap Responden Yang Sudah Pernah Lebih Dari Satu Kali dan yang Baru Pertama Kali Menggunakan Jasa Hotel Sahid Raya Yogyakarta.....	80

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Model Kualitas Pelayanan.....	31
Gambar 2.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian Konsumen.....	39
Gambar 2.3. Model Perilaku Konsumen.....	40
Gambar 2.4. Tiga Komponen Sikap.....	45
Gambar 3.1. Bagan Organisasi Hotel Sahid Yogyakarta.....	67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner

Lampiran 2. Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 3. Model Multiatribut Fishbein

Lampiran 4. Data Ranging

Lampiran 5. Uji The Mann-Whitney U-test

Lampiran 6. Distribusi Sikap Konsumen

Lampiran 7. Case Summaries

SIKAP KONSUMEN TERHADAP PELAYANAN HOTEL SAHID RAYA YOGYAKARTA

Disusun Oleh :

Yuniarto Nugroho

NPM : 01 03 12851

Pembimbing Utama

E. Kusumadmo, Drs., MM.

Intisari

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis sikap konsumen terhadap pelayanan Hotel Sahid Raya Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan dalam riset ini adalah : (1) Kajian literatur, (2) penyebaran kuesioner, (3) menganalisis data dengan metode Multiatribut Martin Fishbein untuk mengetahui faktor-faktor apa yang mempengaruhi sikap konsumen Hotel Sahid Raya Yogyakarta dalam memilih sebuah hotel, serta sikap keseluruhan konsumen terhadap pelayanan Hotel Sahid Raya Yogyakarta, The Mann Whitney U-Test untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan sikap antara konsumen yang sudah pernah lebih dari satu kali dengan yang baru pertama kali menggunakan jasa Hotel Sahid Raya Yogyakarta.

Ada tiga hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Pertama, faktor yang dianggap penting dalam memilih sebuah Hotel baik bagi konsumen yang sudah pernah lebih dari satu kali maupun yang baru pertama kali menggunakan jasa Hotel Sahid Yogyakarta menilai bahwa faktor pelayanan yang ramah dan sopan merupakan faktor penting dalam memilih sebuah Hotel.

Kedua, faktor alternatif produk yang beragam dianggap tidak penting dalam memilih sebuah Hotel bagi konsumen yang sudah pernah menggunakan lebih dari satu kali Hotel Sahid Raya Yogyakarta. Sedangkan bagi konsumen yang baru pertama kali menggunakan jasa Hotel Sahid Raya Yogyakarta, menganggap bahwa faktor harga sesuai dengan kualitasnya tidak penting dalam memilih sebuah Hotel.

Ketiga, secara kualitatif dapat disimpulkan bahwa komposisi sikap konsumen yang sudah pernah lebih dari satu kali menggunakan jasa lebih baik daripada konsumen yang baru pertama kali menggunakan jasa Hotel Sahid Raya Yogyakarta.

Kata Kunci : Sikap konsumen, Perilaku konsumen, Model multiatribut Martin Fishbein.