

## ABSTRAK

Dago Highland Resort adalah *resort hotel* berbintang tiga yang terletak di Jl. Bukit Pakar Timur 4 No. 88, Dago Pakar, Bandung. *Resort hotel* ini berdiri pada tahun 2006 dengan nama Singgagati Home Stay. Setelah mengalami pergantian nama dan kerjasama dengan Horison Group Hotel dari tahun 2008, maka pada tahun 2013 Dago Highland Resort mengalami *take over* oleh PT Berkat Jaya Sejati sampai sekarang. *Resort hotel* ini mengalami masalah penurunan tingkat hunian berdasarkan data tingkat hunian bulan Juli 2013 hingga Juni 2014, dimana ada beberapa periode bulan yang tidak memenuhi target. Oleh karena itu, tujuan penelitian ini adalah memberikan usulan tentang strategi pemasaran yang tepat yang dapat diterapkan Dago Highland Resort sehingga tingkat huniannya dapat ditingkatkan.

Variabel penelitian disusun berdasarkan *Marketing Mix 7P* yaitu *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* dengan jumlah variabel sebanyak 34 variabel. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan kuesioner. Pengumpulan data melalui kuesioner dilakukan sebanyak 2 kali kepada konsumen yang sudah pernah menginap lebih dari sekali di Dago Highland Resort. Pertama yaitu penyebaran kuesioner awal kepada 30 responden yang bertujuan untuk mengetahui atribut yang dianggap penting oleh responden dalam memilih *resort hotel*. Setelah itu dilakukan *Cochran Q Tests* yang menyisakan 27 variabel yang dipentingkan oleh konsumen. Kedua yaitu penyebaran kuesioner penelitian kepada 130 responden yang bertujuan untuk mengetahui profil konsumen, kepentingan dan kinerja dari Dago Highland Resort.

Pengolahan data hasil kuesioner penelitian menggunakan Analisis Faktor untuk mendefinisikan variabel-variabel yang saling berkorelasi tinggi namun kehilangan informasi seminimum mungkin sehingga mereduksi data menjadi 9 variabel dari 27 variabel sebelumnya. Uji Hipotesis untuk mengetahui variabel 7P mana yang memuaskan dan tidak memuaskan bagi konsumen. *Importance Performance Analysis (IPA)* untuk mengetahui posisi Dago Highland Resort dalam beberapa variabel yang telah ditentukan berdasarkan tingkat kepentingan dan tingkat kinerja dari konsumen terhadap setiap variabel. Kemudian dari 9 variabel hasil Analisis Faktor dilakukan prioritas perbaikan usulan dengan membandingkan hasil Uji Hipotesis dan IPA, yang dikaitkan dengan hasil analisis STP (*Segmentation, Targeting, and Positioning*) Dago Highland Resort.

Target dari Dago Highland Resort adalah pria dan wanita, usia 30-50 tahun, pekerjaan sebagai pegawai dan wiraswasta, berpenghasilan Rp. 5 juta ke atas, proses perolehan informasi mengenai Dago Highland Resort berasal dari keluarga/teman, agen perjalanan, media cetak dan *website*, frekuensi menginap yaitu 2-5 kali dalam setahun, tujuan bepergian adalah untuk rapat, berlibur dan mengadakan acara tertentu serta biasanya bepergian dengan keluarga, teman dan rekan bisnis.

Usulan peneliti kepada Dago Highland Resort adalah bekerjasama dengan *provider* yang berjaringan lancar, membuat papan penunjuk jalan, spanduk atau papan reklame, menyebarkan brosur dan iklan promosi di koran atau majalah, membuat *headline* artikel, *training* atau seminar berkala berbentuk *refreshing training*, keramahtamahan oleh semua lini, penambahan atau perubahan dekorasi interior hotel, membuat *connecting rooms*, menawarkan diskon, menyediakan fasilitas hiburan yang gratis, menjaga keasrian lingkungan, *receptionist* yang bertugas lebih sigap dan menambah fasilitas *booking* melalui *website*.

## **DAFTAR ISI**

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	ii
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	iii
<b>ABSTRAK .....</b>	iv
<b>KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH .....</b>	v
<b>DAFTAR ISI .....</b>	viii
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xii
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	xiv
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	xvi

### **BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1 Latar Belakang Masalah .....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah .....	1-4
1.3 Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	1-5
1.4 Perumusan Masalah .....	1-5
1.5 Tujuan Penelitian .....	1-6
1.6 Sistematika Penulisan .....	1-6

### **BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA**

2.1 Barang dan Jasa.....	2-1
2.1.1 Pengertian Barang .....	2-1
2.1.2 Pengertian Jasa .....	2-1
2.1.3 Klasifikasi Jasa .....	2-1
2.1.4 Perbedaan Barang dan Jasa .....	2-3
2.2 Pemasaran.....	2-4
2.2.1 Definisi Pemasaran .....	2-4
2.2.2 Strategi Pemasaran .....	2-4
2.2.3 Riset Pemasaran .....	2-4
2.2.4 Bauran Pemasaran .....	2-5
2.3 Kepuasan Konsumen.....	2-7
2.4 Sumber Data.....	2-8

2.5	Metode Pengumpulan Data.....	2-8
2.6	Populasi dan Sampel.....	2-10
2.7	Teknik Sampling.....	2-11
2.8	Ukuran Sampel.....	2-14
2.9	Skala Pengukuran .....	2-15
2.10	<i>Cochran Q Test</i> .....	2-16
2.11	Validitas dan Reliabilitas Instrumen .....	2-18
2.12	<i>Methods of Succesive Interval</i> .....	2-22
2.13	Analisis Faktor.....	2-23
2.14	Uji Hipotesis.....	2-31
2.15	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	2-32

### BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Penelitian Pendahuluan .....	3-4
3.2	Studi Pustaka .....	3-4
3.3	Identifikasi Masalah .....	3-4
3.4	Pembatasan Masalah dan Asumsi .....	3-5
3.5	Perumusan Masalah .....	3-5
3.6	Tujuan Penelitian .....	3-6
3.7	Membuat Rancangan Penelitian.....	3-6
3.8	Identifikasi Variabel.....	3-7
3.9	Penentuan Metode Pengumpulan Data .....	3-10
3.10	Penyusuna Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.11	Pengujian Validitas Konstruk.....	3-10
3.12	Penentuan Jumlah Sampel Kuesioner Pendahulua.....	3-11
3.13	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-11
3.14	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan .....	3-11
3.15	Penyusunan Kuesioner Penelitian .....	3-11
3.16	Penentuan Teknik Sampling dan Jumlah Sampel.....	3-12
3.17	Penyebaran Kuesioner Penelitian.....	3-13
3.18	Pengumpulan Data.....	3-14
3.19	Pengolahan Data dan Analisis.....	3-14
3.20	Usulan.....	3-23

3.21	Kesimpulan dan Saran.....	3-24
------	---------------------------	------

## **BAB 4 PENGUMPULAN DATA**

4.1	Data Umum Perusahaan .....	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan .....	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi Perusahaan .....	4-8
4.2.	Kuesioner Pendahuluan .....	4-10
4.2.1	Hasil Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan .....	4-10
4.3	Kuesioner Penelitian .....	4-11

## **BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS**

5.1	Uji Validitas Konstruksi .....	5-1
5.2	Kuesioner Pendahuluan .....	5-1
5.2.1	Uji <i>Cochran</i> .....	5-2
5.2.2	Hasil Uji <i>Cochran Q Test</i> .....	5-4
5.3	Pengolahan Kuesioner Penelitian .....	5-7
5.3.1	<i>Methods of Successive Interval</i> .....	5-7
5.3.2	Analisis Faktor.....	5-9
5.3.3	Reliabilitas.....	5-29
5.3.4	Uji Hipotesis Antara Kepentingan dan Kinerja.....	5-29
5.3.5	<i>Importance Performance Analysis (IPA)</i> .....	5-32
5.4	<i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i> .....	5-36
5.5	Analisis dan Usulan Prioritas Perbaikan .....	5-49

## **BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN**

6.1	Kesimpulan .....	6-1
6.2	Saran .....	6-8

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DATA PENULIS**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Persentase Tingkat Hunian Dago Highland Resort	1-2
1.2	Persentase Rata-rata Bulan yang Tidak Memenuhi Target	1-3
2.1	Perbedaan Barang dan Jasa	2-3
3.1	Variabel Penelitian 7P	3-9
3.2	Segmentasi Demografis	3-15
3.3	Segmentasi Psikografis	3-16
3.4	Gambaran Hasil Analisis Faktor	3-23
3.5	Gambaran Penentuan Prioritas Perbaikan	3-24
4.1	Jenis Kamar dan Harga di Dago Highland Resort	4-3
4.2	Hasil Kuesioner Pendahuluan	4-10
4.3	Profil Konsumen Berdasarkan Jenis Kelamin	4-11
4.4	Profil Konsumen Berdasarkan Usia	4-11
4.5	Profil Konsumen Berdasarkan Pekerjaan	4-11
4.6	Profil Konsumen Berdasarkan Penghasilan	4-12
4.7	Profil Konsumen Berdasarkan Proses Perolehan Informasi	4-12
4.8	Profil Konsumen Berdasarkan Frekuensi Menginap	4-12
4.9	Profil Konsumen Berdasarkan Tujuan Bepergian	4-12
4.10	Profil Konsumen Berdasarkan Bepergian Dengan	4-13
4.11	Profil Konsumen Berdasarkan Berminat Kembali Menginap	4-13
4.12	Profil Konsumen Berdasarkan Rekomendasi Kepada Orang Lain	4-13
4.13	Atribut Kuesioner Penelitian Bagian II	4-14
4.14	Rangkuman Jawaban Tingkat Kepentingan Konsumen	4-15
4.15	Rangkuman Jawaban Tingkat Kinerja Konsumen	4-16
5.1	Rangkuman Hasil <i>Cochran Q Test</i>	5-2
5.2	Atribut Yang Tereduksi	5-5
5.3	Atribut Yang Digunakan Dalam Kuesioner Penelitian	5-6
5.4	Perhitungan <i>Methods of Succesive Interval</i>	5-7
5.5	Hasil akhir <i>Methods of Succesive Interval</i>	5-8

5.6 KMO and Bartlett's Test Uji 1	5-9
5.7 <i>Anti-Images Matrices</i> Uji 1	5-10
5.7 <i>Anti-Images Matrices</i> Uji 1 ( <i>Lanjutan</i> )	5-11
5.8 KMO and Bartlett's Test Uji 2	5-12
5.9 <i>Anti-Images Matrices</i> Uji 2	5-13
5.9 <i>Anti-Images Matrices</i> Uji 2 ( <i>Lanjutan</i> )	5-14
5.10 <i>Communalities</i> Uji 2	5-15
5.11 KMO and Bartlett's Test Uji 3	5-16
5.12 <i>Anti-Images Matrices</i> Uji 3	5-17
5.12 <i>Anti-Images Matrices</i> Uji 3 ( <i>Lanjutan</i> )	5-18
5.13 KMO and Bartlett's Test Uji 4	5-19
5.14 <i>Anti-Images Matrices</i> Uji 4	5-20
5.14 <i>Anti-Images Matrices</i> Uji 4 ( <i>Lanjutan</i> )	5-21
5.15 <i>Communalities</i> Uji 4	5-22
5.16 <i>Total Variance Explained</i> Uji 4	5-23
5.17 <i>Component Matrix</i> Uji 4	5-24
5.18 <i>Rotated Component Matrix</i> Uji 4	5-25
5.19 Variabel Penelitian	5-26
5.20 Pengelompokan Variabel Sebelum Disortir	5-28
5.21 Pengelompokan Variabel Setelah Disortir	5-28
5.22 Reliabilitas	5-29
5.23 Uji Hipotesis	5-29
5.24 Rata-rata Kepentingan dan Kinerja Konsumen	5-32
5.25 Atribut-Atribut Dalam Kuadran I	5-33
5.26 Atribut-Atribut Dalam Kuadran II	5-34
5.27 Atribut-Atribut Dalam Kuadran IV	5-35
5.28 Rangkuman Persentase Jawaban Terbanyak	5-43
5.29 <i>Targeting</i> Hasil Wawancara dengan Dago Highland Resort	5-44
5.30 <i>Targeting</i> Usulan Untuk Dago Highland Resort	5-45
5.31 Rangkuman Analisis Faktor	5-50
5.32 Prioritas Perbaikan	5-51

## **DAFTAR GAMBAR**

<b>Gambar</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1.1	Grafik Tingkat Hunian Dago Highland Resort	1-3
2.1	Grafik <i>Chi-Square</i>	2-18
2.2	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	2-32
2.3	Matrix IPA	2-33
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
3.1	Sistematika Penelitian ( <i>Lanjutan</i> )	3-2
3.1	Sistematika Penelitian ( <i>Lanjutan</i> )	3-3
3.2	Diagram Rancangan Penelitian	3-6
3.3	Grafik Wilayah Kritis Uji Z	3-21
3.4	Matrix IPA	3-22
4.1	Dago Highland Resort	4-1
4.2	Peta Lokasi Dago Highland Resort	4-2
4.3	Pemandangan di Dago Highland Resort	4-3
4.4	Kamar di Dago Highland Resort	4-4
4.5	Dekorasi Elegan & Tradisional Dago Highland Resort	4-4
4.6	Restoran Kayu Manis	4-5
4.7	<i>Medium Meeting Room</i>	4-5
4.8	<i>Large Meeting Room</i>	4-6
4.9	Taman Dago Highland Resort	4-6
4.10	<i>Beauty Spa</i>	4-7
4.11	<i>Outdoor Swimming Pool</i>	4-7
4.12	Struktur Organisasi Dago Highland Resort	4-8
5.1	Wilayah Kritis Kurva Normal	5-31
5.2	<i>Matrix Important Performance Analysis</i>	5-33
5.3	Diagram Presentase Profil Konsumen – Jenis Kelamin	5-36
5.4	Diagram Presentase Profil Konsumen – Usia	5-36
5.5	Diagram Presentase Profil Konsumen – Pekerjaan	5-37
5.6	Diagram Presentase Profil Konsumen – Penghasilan	5-38
5.7	Diagram Presentase Profil Konsumen – Informasi	5-38

5.8 Diagram Presentase Profil Konsumen – Frekuensi Menginap	5-39
5.9 Diagram Presentase Profil Konsumen – Tujuan Bepergian	5-40
5.10 Diagram Presentase Profil Konsumen – Bepergian Dengan	5-41
5.11 Diagram Presentase Profil Konsumen – Berminat Kembali Menginap	5-41
5.12 Diagram Presentase Profil Konsumen – Rekomendasi Kepada Orang	5-42
5.13 Lokasi Dago Highland Resort di <i>Google Maps</i>	5-52
5.14 Jalan Menuju Dago Highland Resort	5-53
5.15 Contoh Papan Reklame	5-55
5.16 Artikel <i>Resort Hotel Bernuansa Tradisional</i>	5-57
5.17 Desain Interior Kamar <i>Suite</i> Dago Highland Resort	5-60
5.18 Usulan Desain Kamar <i>Suite</i>	5-60
5.19 Fasilitas yang Tertera di <i>Website</i> Dago Highland Resort	5-61
5.20 Contoh <i>Connecting Rooms</i>	5-63
5.21 Lahan Kosong Dekat Tempat <i>Spa</i>	5-66

## **DAFTAR LAMPIRAN**

<b>Lampiran</b>	<b>Judul</b>	<b>Halaman</b>
1	Kuesioner Pendahuluan	L-1
2	Kuesioner Penelitian	L-2
3	Data Mentah <i>Uji Cochran</i>	L-5
4	Data Mentah Tingkat Kinerja	L-11
5	Data Mentah Tingkat Kepentingan	L-15
6	Data Mentah Tingkat Kepentingan Setelah di-MSI	L-19
7	Hasil SPSS Analisis Faktor	L-23
8	Tabel <i>Chi-Square</i>	L-30
9	Tabel Distribusi Normal	L-31
10	Tabel <i>Ordinates of The Normal Curve</i>	L-33