

Ledi Ontiche. A. Purba, Pengaruh Tarif/Harga Kamar Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Di Hotel Utari, Bandung, Skripsi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen, Universitas Kristen Maranatha, tahun 2006.

Dibawah Bimbingan : Ika Gunawan Dra.MM

ABSTRAKSI

Perkembangan industri perhotelan sangat dibutuhkan karena kebutuhan akan jasa akomodasi sangat besar yang harus dikelola dengan sebaik mungkin. Dalam perkembangan dunia perhotelan di kota Bandung, Hotel utari menerapkan suatu strategi penetapan tarif/harga kamar agar dapat meningkatkan keputusan menginap konsumen. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh dari penetapan tarif/harga kamar terhadap keputusan menginap konsumen dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruhnya.

Teori-teori yang digunakan untuk mendukung penelitian ini diambil dari buku-buku pendukung, majalah, ataupun surat kabar. Teori-teori tersebut akan dibahas dalam suatu tinjauan pustaka yang mencakup semua bahan yang berhubungan dengan penelitian. Seperti penetapan harga sampai dengan keputusan menginap konsumen.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis deskriptif dengan pendekatan survey. Variabel yang diteliti adalah tarif/harga kamar sebagai variabel independent (variable X), dan keputusan menginap sebagai variabel dependent (variable Y). Pengumpulan data primer dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 120 orang responden yang menginap di Hotel Utari Bandung. Dan data sekunder dilakukan dengan cara membaca buku, tulisan ilmiah lainnya. Tehnik sampling yang digunakan adalah *Simple Random Sampling*. Tehnik analisis yang digunakan adalah analisis kualitatif dan kuantitatif dengan menggunakan analisis statistik yang meliputi analisis Korelasi Product Moment (Pearson), Koefisien Determinasi, dan Regresi.

Dari hasil perhitungan statistik diketahui terdapat hubungan yang positif antara tarif/harga kamar dengan keputusan menginap konsumen, dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,697. Nilai koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 48,6%. Adanya beberapa kekurangan kesesuaian harga dengan pelayanan dan fasilitas atau yang lainnya yang diberikan mengharuskan perusahaan untuk dapat membuat perbaikan-perbaikan di masa yang akan datang.

Pengujian hipotesis menghasilkan kesimpulan bahwa “ Terdapat Pengaruh Yang Positif antara Tarif/Harga Kamar Terhadap Keputusan Menginap Konsumen Di Hotel Utari, Bandung “.

DAFTAR ISI

Kata Pengantar.....	i
Ucapan Terima Kasih.....	ii
Abstrak.....	iv
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	ix
Daftar Gambar.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Kerangka Pemikiran.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran.....	9
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.1.2 Lingkup Pemasaran.....	10
2.1.3 Bauran Pemasaran.....	11
2.2 Harga.....	13
2.2.1 Pengertian Harga.....	13

2.2.2	Strategi Penetapan Harga.....	14
2.2.3	Bahan Pertimbangan Menentukan Harga.....	16
2.2.4	Sasaran Penetapan Harga.....	18
2.3	Keputusan Pembelian.....	20
2.3.1	Pengertian Keputusan pembelian.....	20
2.3.2	Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian.....	20
2.3.3	Peran Dalam pembelian.....	21
2.3.4	Perilaku Pembelian.....	22
2.3.5	Struktur Keputusan pembelian.....	24
2.3.6	Proses Keputusan Pembelian.....	25
2.4	Jasa.....	27
2.4.1	Pengertian Jasa.....	27
2.4.2	Karakteristik Jasa.....	28
2.4.3	Klasifikasi Jasa.....	29
2.4.4	Bauran Pemasaran jasa.....	30
2.5	Dasar pengertian Hotel.....	31
2.5.1	Pengertian Hotel.....	31
2.5.2	Klasifikasi Hotel.....	32
2.5.3	Pemasaran Hotel.....	33
2.6	Harga/Tarif Kamar.....	33
2.6.1	Jenis-jenis Harga Kamar.....	33
2.6.2	Faktor-faktor Penentu Harga Kamar.....	34
2.6.3	Penetapan Harga/Tarif Kamar.....	37

2.6.4	Strategi Penetapan Harga/Tarif Kamar.....	39
2.7	Pengaruh Tarif/Harga kamar Terhadap Keputusan Menginap Konsumen.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Gambaran Umum Hotel Utari Bandung.....	43
3.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan.....	43
3.1.2	Struktur Organisasi Dan Mekanisme Kerja Hotel Utari Bandung.....	44
3.1.3	Kegiatan Usaha Perusahaan.....	49
3.1.4	Penawaran-penawaran Hotel Utari Bandung.....	50
3.2	Objek Penelitian.....	52
3.3	Metode penelitian.....	53
3.3.1	Desain Penelitian.....	53
3.3.2	Metode Penarikan Sampel.....	53
3.3.3	Prosedur pengumpulan data.....	53
3.3.3.1	Jenis dan Sumber data.....	53
3.3.3.2	Tehnik Pengumpulan Data.....	54
3.3.4	Operasional Variabel.....	55
3.3.5	Uji Validitas.....	57
3.3.6	Uji Reliabilitas.....	58
3.3.7	Metode Analisis data.....	60
3.3.8	Tahap-tahap Penelitian.....	62

BAB IV ANALISA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Pengaruh Tarif/Harga Kamar Terhadap Keputusan	
Menginap Konsumen di Hotel Utari Bandung.....	64
4.1.1 Karakteristik Responden.....	64
4.1.2 Analisis Tanggapan Responden mengenai	
Tarif/Harga Kamar di Hotel Utari.....	68
4.1.3 Analisis Tanggapan Responden mengenai	
Proses Keputusan Menginap Konsumen.....	82
4.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	93
4.2.1 Hasil Pengujian Validitas.....	93
4.2.2 Hasil Pengujian Reliabilitas.....	94
4.3 Analisa Pengaruh Tarif/Harga Kamar Terhadap	
Keputusan Menginap Konsumen di Hotel Utari.....	95

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
5.3 Implikasi Manajerial dari Penelitian.....	100
5.4 Kelemahan penelitian.....	100

DAFTAR PUSTAKA.....	102
----------------------------	------------

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Perbedaan Karakteristik Barang dan Jasa.....	11
Tabel 2.2 Empat jenis Perilaku Pembelian.....	22
Tabel 3.1 Type room, Rate room pada hari biasa.....	50
Tabel 3.2 Type room, Rate room pada weekend dan malam libur nasional...	51
Tabel 3.3 Operasional Variabel.....	55
Tabel 4.1.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	64
Tabel 4.1.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
Tabel 4.1.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	66
Tabel 4.1.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
Tabel 4.1.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan.....	68
Tabel 4.1.2.1 Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Jenis Kamar dengan Tarif/Harga Kamar.....	69
Tabel 4.1.2.2 Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Eksterior dan Interior Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	70
Tabel 4.1.2.3 Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Fasilitas Pelayanan Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	71
Tabel 4.1.2.4 Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Cita Rasa Makanan dan Minuman Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	72
Tabel 4.1.2.5 Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Sikap Staf Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	73

Tabel 4.1.2.6	Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Paket Produk Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	74
Tabel 4.1.2.7	Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Pelayanan Dan Fasilitas Tambahan Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	75
Tabel 4.1.2.8	Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Luas Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	76
Tabel 4.1.2.9	Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Jumlah Perabotan Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	77
Tabel 4.1.2.10	Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Kondisi Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	78
Tabel 4.1.2.11	Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Bentuk Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	79
Tabel 4.1.2.12	Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Lokasi Kamar Hotel dengan Tarif/Harga Kamar.....	80
Tabel 4.1.2.13	Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian Tujuan Menginap Konsumen dengan Tarif/Harga Kamar	81
Tabel 4.1.3.1	Tanggapan Responden mengenai Kebutuhan Konsumen akan Informasi Tarif Kamar Hotel.....	82
Tabel 4.1.3.2	Tanggapan Responden mengenai Kebutuhan Konsumen akan Tempat Menginap yang Nyaman dengan Harga Terjangkau.....	83
Tabel 4.1.3.3	Tanggapan Responden mengenai Pencarian Informasi untuk Mengetahui dan Melakukan Perbandingan antara Tarif Kamar	

	Hotel Utari dengan Tarif Kamar Hotel Lain.....	84
Tabel 4.1.3.4	Tanggapan Responden mengenai Kesesuaian antara Tarif Kamar Dengan Fasilitas dan Pelayanan yang Diberikan yang dapat Mendorong Konsumen untuk Menginap.....	85
Tabel 4.1.3.5	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Daya Tarik Pelayanan Yang Diberikan.....	86
Tabel 4.1.3.6	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Kestrategisan Lokasi HotelUtari.....	87
Tabel 4.1.3.7	Tanggapan Responden Mengenai Tarif/Harga Kamar yang Sesuai Dengan Kebutuhan Responden.....	88
Tabel 4.1.3.8	Tanggapan Responden Mengenai Tingkat Niat Beli Konsumen Atau Niat untuk Menginap di Hotel Utari.....	89
Tabel 4.1.3.9	Tanggapan Responden Mengenai Keputusan Pembelian Konsumen Untuk Mencoba Menginap di Hotel Utari.....	90
Tabel 4.1.3.10	Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan yang Diperoleh Konsumen.....	91
Tabel 4.1.3.11	Tanggapan Responden Mengenai Kesetiaan Konsumen untuk Menginap Kembali di Hotel Utari.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1-1	Bagan Kerangka Pemikiran.....	8
Gambar 2-1	Model Lima Tahap Proses Pembelian Konsumen.....	26
Gambar 3-1	Struktur Organisasi Hotel Utari Bandung.....	45