

ABSTRAK

Clove Garden Hotel & Residence (CGHR) merupakan hotel berbintang 4 yang berdiri sejak tahun 2015 dan terletak di Jalan Awiligar Raya 2, Bandung. Masalah yang dihadapi CGHR adalah rendahnya tingkat loyalitas yaitu sebesar 8,17%, sehingga pihak CGHR ingin meningkatkan loyalitas tersebut. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi loyalitas tamu yang menginap, untuk mengetahui tingkat loyalitas tamu yang menginap, untuk mengetahui tingkat kepuasan tamu yang menginap, untuk mengetahui prioritas perbaikan yang harus dilakukan, untuk mengetahui *Segmentation, Targeting*, dan *Positioning* yang tepat, dan untuk mengetahui usulan dan prioritas perbaikan yang diberikan kepada CGHR.

Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara, dan kuesioner. Variabel kuesioner disusun berdasarkan teori dari Philip Kotler tentang bauran pemasaran 7P yaitu *Product, Place, Price, People, Process, Promotion*, dan *Physical Evidence* dan berdasarkan teori loyalitas dari Paul R. Timm, Ph.D.

Kuesioner disebarakan kepada 110 responden yang menginap dan melakukan pemesanan di CGHR. Kuesioner dibagi menjadi 3 bagian. Bagian pertama adalah untuk mengetahui profil responden. Pengolahan data kuesioner pada bagian pertama menggunakan *pie chart*. Bagian kedua berisi tentang hal-hal yang dipentingkan konsumen dan kinerja CGHR, sedangkan bagian ketiga berisi tentang indikator loyalitas. Pengolahan data kuesioner bagian kedua dan ketiga ini menggunakan metode *Importance Performance Analysis* (IPA), Uji Hipotesis, dan *Multiple Regression Analysis* (MRA). Pengolahan data metode MRA menggunakan variabel independen yaitu kepuasan dan variabel dependen yaitu loyalitas. Variabel independen didapatkan dari hasil pengurangan antara kinerja dan harapan, sedangkan variabel dependen didapatkan dari rata-rata 2 variabel loyalitas. Pengolahan IPA dan Uji Hipotesis menggunakan data kinerja dan kepentingan.

Berdasarkan hasil pengolahan data menggunakan MRA diketahui terdapat 4 variabel yang memiliki pengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas yaitu frekuensi diberikannya diskon, variasi menu *breakfast*, kemudahan *check in*, dan kemampuan komunikasi satpam. Hasil Uji Hipotesis didapati 24 variabel yang tidak puas oleh responden. Hasil metode IPA terdapat 5 variabel yang menjadi fokus perbaikan karena berada pada kuadran 2 yang berarti memiliki tingkat kinerja dibawah rata-rata keseluruhan dan tingkat kepentingan berada diatas rata-rata keseluruhan. Analisis penggabungan metode MRA, Uji Hipotesis, IPA digunakan untuk menentukan prioritas perbaikan.

Usulan yang dapat diberikan kepada CGHR adalah slogan “*Comfort, Green Environment, and Pay Less*”. Selain itu, usulan lainnya adalah memberikan kupon diskon untuk menginap berikutnya secara langsung kepada konsumen, membuat daftar menu *breakfast* harian, menambah jumlah pekerja dan meja *receptionist* pada *peak season*, serta memberikan pelatihan kepada satpam sehingga lebih percaya diri ketika berkomunikasi dengan konsumen dan memasukkannya kedalam struktur organisasi.

DAFTAR ISI

COVER

LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-3
1.3 Pembatasan Masalah	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.5 Sistematika Penulisan	1-5

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Loyalitas Konsumen.....	2-1
2.2 Bauran Pemasaran	2-3
2.3 <i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	2-5
2.4 Teknik Pengumpulan Data	2-6
2.5 Populasi dan Sampel	2-10
2.6 Menentukan Ukuran Sampel	2-10
2.7 Teknik Sampling	2-11
2.8 Teknik Skala	2-13
2.9 Tipe Skala Pengukuran	2-14
2.10 Validitas dan Reliabilitas Instrumen	2-16
2.11 Uji Hipotesis	2-18

2.12 Uji Hipotesis Rata-Rata	2-19
2.13 <i>Importance Performance Analysis</i>	2-20
2.14 Uji Klasik	2-22
2.15 <i>Multiple Regression Analysis</i>	2-24

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2 Keterangan <i>Flowchart</i>	3-4
3.2.1 Mulai.....	3-4
3.2.2 Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.2.3 Mengidentifikasi Masalah	3-4
3.2.4 Pembatasan Masalah.....	3-5
3.2.5 Perumusan Masalah.....	3-5
3.2.6 Menentukan Tujuan Penelitian.....	3-6
3.2.7 Membuat Model Penelitian	3-6
3.2.8 Melakukan Studi Pustaka	3-7
3.2.9 Penyusunan Kuesioner	3-7
3.2.10 Pengujian Validitas Konstruk.....	3-10
3.2.11 Penyebaran Kuesioner	3-10
3.2.12 Pengolahan Hasil Kuesioner.....	3-11
3.2.12.1 Pengujian Validitas	3-12
3.2.12.2 Pengujian Reliabilitas	3-12
3.2.12.3 Uji Hipotesis	3-14
3.2.12.4 Pengujian Asumsi Klasik.....	3-15
3.2.12.5 <i>Multiple Regression Analysis</i>	3-17
3.2.12.6 <i>Importance Performance Analysis</i>	3-18
3.2.12.7 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	3-20
3.2.13 Melakukan Analisis dan Memberikan Usulan.....	3-20
3.2.14 Kesimpulan dan Saran.....	3-21
3.2.15 Selesai.....	3-21

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Latar Belakang.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi	4-1
4.2 Kuesioner Penelitian	4-2
4.3 Hasil Kuesioner Penelitian	4-2

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS DATA

5.1 Hasil Uji Validitas Konstruk	5-1
5.2 Pengujian Validitas dan Reliabilitas	5-1
5.2.1 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Tingkat Harapan ...	5-3
5.2.2 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Tingkat Kinerja.....	5-6
5.2.3 Hasil Pengujian Validitas dan Reliabilitas Variabel Dependen	5-8
5.3 Uji Hipotesis.....	5-9
5.4 Pengujian Asumsi Klasik	5-13
5.4.1 Uji Normal.....	5-13
5.4.2 Uji <i>Linearity</i>	5-14
5.4.3 Uji <i>Homoscedasticity</i>	5-32
5.4.4 Uji <i>Multicollinearity</i>	5-37
5.4.5 Uji Autokorelasi	5-43
5.5 <i>Multiple Regression Analysis</i>	5-50
5.6 Tingkat Loyalitas Konsumen	5-54
5.7 <i>Importance Performance Analysis</i>	5-56
5.8 Analisis Gabungan Antara MRA, IPA, dan Uji Hipotesis	5-59
5.9 Pengolahan Data <i>Segmentation, Targeting</i> dan <i>Positioning</i>	5-62
5.9.1 <i>Segmentation</i>	5-62
5.9.2 <i>Targeting</i>	5-72
5.9.3 <i>Positioning</i>	5-73
5.10 Usulan.....	5-77

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan.....	6-1
6.2 Saran.....	6-12

DAFTAR PUSTAKA	xvi
-----------------------------	------------

LAMPIRAN	xvii
-----------------------	-------------

KOMENTAR DOSEN PENGUJI	xviii
-------------------------------------	--------------

DATA PENULIS	xiv
---------------------------	------------



DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Jumlah Pengunjung Melakukan <i>Booking</i>	1-2
3.1	Variabel Penelitian	3-9
3.2	Rangkuman Hasil MRA, IPA, dan Uji Hipotesis	3-21
4.1	Segmentasi Berdasarkan Penggunaan Kendaraan Pribadi	4-2
4.2	Segmentasi Berdasarkan Jenis Kelamin	4-3
4.3	Segmentasi Berdasarkan Usia	4-3
4.4	Segmentasi Berdasarkan Kota Asal	4-3
4.5	Segmentasi Berdasarkan Pekerjaan	4-4
4.6	Segmentasi Berdasarkan Penghasilan Per Bulan	4-4
4.7	Segmentasi Berdasarkan Perolehan Informasi	4-4
4.8	Segmentasi Berdasarkan Media Sosial yang Digunakan	4-4
4.9	Segmentasi Berdasarkan Jenis Pembayaran yang Digunakan	4-5
4.10	Segmentasi Berdasarkan Bank yang Sering Digunakan	4-5
4.11	Segmentasi Berdasarkan Promo yang Disukai	4-5
4.12	Segmentasi Berdasarkan Pemesanan yang Disukai	4-5
4.13	Segmentasi Berdasarkan Tarif Hotel	4-6
4.14	Segmentasi Berdasarkan Pemandangan Hotel	4-6
4.15	Harapan Terhadap <i>Clove Garden Hotel & Residence</i>	4-7
4.16	Kinerja <i>Clove Garden Hotel & Residence</i>	4-8
4.17	Kepuasan Dengan Produk dan Jasa	4-9
4.18	Keinginan Menggunakan Jasa	4-9
4.19	Keinginan Merekomendasikan	4-9
5.1	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Harapan	5-3
5.2	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Harapan	5-4
5.3	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Harapan	5-5
5.4	Hasil Pengujian Validitas Tingkat Kinerja	5-6
5.5	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Tingkat Kinerja	5-7
5.6	Hasil Pengujian Reliabilitas Tingkat Kinerja	5-8

5.7	Hasil Pengujian Validitas Variabel Dependen	5-8
5.8	Perbandingan Nilai r dengan Nilai r Tabel Variabel Dependen	5-8
5.9	Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Dependen	5-9
5.10	Hasil Uji Hipotesis Kepuasan	5-10
5.11	Variabel yang Sudah Memuaskan	5-12
5.12	Variabel yang Tidak Memuaskan	5-12
5.13	Pengecekan Normal	5-13
5.14	Pengecekan <i>Homoscedasticity</i>	5-33
5.15	Pengecekan <i>Multicollinearity</i>	5-38
5.16	Pengecekan Autokorelasi	5-44
5.17	Rangkuman Uji Klasik	5-49
5.18	Variabel yang Digunakan Untuk MRA	5-50
5.19	<i>Multiple Regression Analysis (Model Summary)</i>	5-51
5.20	<i>Multiple Regression Analysis (ANOVA)</i>	5-52
5.21	<i>Multiple Regression Analysis (Coefficients)</i>	5-53
5.22	Tingkat Loyalitas Konsumen	5-55
5.23	<i>Input Importance Performance Analysis</i>	5-56
5.24	<i>Importance Performance Analysis</i> Kuadran I	5-57
5.25	<i>Importance Performance Analysis</i> Kuadran II	5-58
5.26	<i>Importance Performance Analysis</i> Kuadran III	5-58
5.27	<i>Importance Performance Analysis</i> Kuadran IV	5-59
5.28	Rangkuman Hasil MRA, IPA, dan Uji Hipotesis	5-60
5.29	Variabel Beserta Urutan Prioritas	5-61
5.30	Ringkasan Hasil <i>Segmentation</i>	5-71
5.31	<i>Targeting</i>	5-72
5.32	Tarif Hotel Dibanding Hotel Lain di Bandung	5-73
5.33	Pemandangan Hotel Dibanding Hotel Lain di Bandung	5-74
5.34	Variabel yang Sudah Memuaskan	5-75
5.35	Variabel Kepentingan di Atas Rata-Rata Keseluruhan	5-75

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Diagram Kartesius	2-21
3.1	Sistematika Penelitian	3-1
3.2	Model Penelitian	3-6
3.3	Diagram Kartesius	3-19
4.1	Struktur Organisasi	4-1
5.1	Wilayah Kritis	5-11
5.2	Pengecekan <i>Linearity</i> (1)	5-14
5.3	Pengecekan <i>Linearity</i> (2)	5-15
5.4	Pengecekan <i>Linearity</i> (3)	5-15
5.5	Pengecekan <i>Linearity</i> (4)	5-16
5.6	Pengecekan <i>Linearity</i> (5)	5-16
5.7	Pengecekan <i>Linearity</i> (6)	5-17
5.8	Pengecekan <i>Linearity</i> (7)	5-17
5.9	Pengecekan <i>Linearity</i> (8)	5-18
5.10	Pengecekan <i>Linearity</i> (9)	5-18
5.11	Pengecekan <i>Linearity</i> (10)	5-19
5.12	Pengecekan <i>Linearity</i> (11)	5-19
5.13	Pengecekan <i>Linearity</i> (12)	5-20
5.14	Pengecekan <i>Linearity</i> (13)	5-20
5.15	Pengecekan <i>Linearity</i> (14)	5-21
5.16	Pengecekan <i>Linearity</i> (15)	5-21
5.17	Pengecekan <i>Linearity</i> (16)	5-22
5.18	Pengecekan <i>Linearity</i> (17)	5-22
5.19	Pengecekan <i>Linearity</i> (18)	5-23
5.20	Pengecekan <i>Linearity</i> (19)	5-23
5.21	Pengecekan <i>Linearity</i> (20)	5-24
5.22	Pengecekan <i>Linearity</i> (21)	5-24
5.23	Pengecekan <i>Linearity</i> (22)	5-25

5.24	Pengecekan <i>Linearity</i> (23)	5-25
5.25	Pengecekan <i>Linearity</i> (24)	5-26
5.26	Pengecekan <i>Linearity</i> (25)	5-26
5.27	Pengecekan <i>Linearity</i> (26)	5-27
5.28	Pengecekan <i>Linearity</i> (27)	5-27
5.29	Pengecekan <i>Linearity</i> (28)	5-28
5.30	Pengecekan <i>Linearity</i> (29)	5-28
5.31	Pengecekan <i>Linearity</i> (30)	5-29
5.32	Pengecekan <i>Linearity</i> (31)	5-29
5.33	Pengecekan <i>Linearity</i> (32)	5-30
5.34	Pengecekan <i>Linearity</i> (33)	5-30
5.35	Pengecekan <i>Linearity</i> (34)	5-31
5.36	Pengecekan <i>Linearity</i> (35)	5-31
5.37	Pengecekan <i>Linearity</i> (36)	5-32
5.38	<i>Importance Performance Analysis</i>	5-57
5.39	<i>Pie Chart</i> Penggunaan Kendaraan Pribadi	5-62
5.40	<i>Pie Chart</i> Jenis Kelamin	5-62
5.41	<i>Pie Chart</i> Usia	5-63
5.42	<i>Pie Chart</i> Kota Asal	5-64
5.43	<i>Pie Chart</i> Pekerjaan	5-64
5.44	<i>Pie Chart</i> Penghasilan Per Bulan	5-65
5.45	<i>Pie Chart</i> Perolehan Informasi	5-66
5.46	<i>Pie Chart</i> Media Sosial yang Sering Digunakan	5-66
5.47	<i>Pie Chart</i> Jenis Pembayaran yang Digunakan	5-67
5.48	<i>Pie Chart</i> Bank yang Sering Digunakan	5-67
5.49	<i>Pie Chart</i> Promo yang Disukai	5-68
5.50	<i>Pie Chart</i> Proses Pemesanan yang Disukai	5-69
5.51	<i>Pie Chart</i> Tarif Hotel	5-69
5.52	<i>Pie Chart</i> Pemandangan Hotel	5-70
5.53	Grafik <i>Positioning</i>	5-74
5.54	Poster	5-76

5.55	Kondisi Saat Ini <i>Check In</i>	5-80
5.56	Area Taman	5-81
5.57	Kondisi Saat Ini Jalur Keluar Masuk	5-85
5.58	Kondisi Saat Ini Kolam Ikan	5-87
5.59	Kegiatan Rutin di Kolam Ikan	5-87
5.60	Kondisi Saat Ini Tempat Parkir di Bawah	5-88
5.61	Kondisi Saat Ini Tempat Parkir di Atas	5-89
5.62	Kondisi Saat Ini Kursi di <i>Lobby</i>	5-90
5.63	Promosi di <i>Instagram</i>	5-91
5.64	Kondisi Saat Ini Kursi di <i>Restaurant</i>	5-92
5.65	Kondisi Saat ini Jalan Menuju Hotel	5-94
5.66	Usulan Petunjuk Jalan	5-94
5.67	Kondisi Saat Ini <i>Restaurant</i>	5-95
5.68	Kondisi Saat Ini Pencahayaan di <i>Restaurant</i>	5-99
5.69	Kondisi Saat Ini Ruang Tunggu	5-106

