

ABSTRAK

Hotel Majesty merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang perhotelan yang berdiri sejak 2004 dengan 68 unit (124) kamar. Hotel Majesty merupakan anak perusahaan yang dulunya bernama PT. Bandung Inti Graha yang sekarang berganti nama menjadi PT. BIRD (Best Image Residence) yang mana perusahaan ini mengelola tiga apartemen yaitu Majesty, Grand Setiabudi dan Galeri Ciumbuleit. Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak manajemen hotel diketahui bahwa tingkat hunian menurun yaitu mulai dari Januari sampai dengan Agustus selama tahun 2009 rata-rata sebesar 75%. Sementara, pada tahun 2008, tingkat hunian dapat mencapai 80%.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi pemasaran yang cocok untuk hotel Majesty. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan cara wawancara dengan pihak manajemen hotel Majesty dan penyebaran kuesioner. Kuesioner disusun berdasarkan model bauran pemasaran 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical Evidence*). Penyebaran kuesioner dilakukan dalam 2 tahap. Tahap pertama adalah penyebaran kuesioner pendahuluan yang bertujuan untuk mencari tahu atribut yang dianggap penting oleh pelanggan yang disebar sebanyak 30 buah kuesioner kepada setiap pengguna hotel. Tahap kedua adalah penyebaran kuesioner penelitian yang disebar dengan menggunakan teknik *sampling purposive* sebanyak 120 buah kuesioner kepada pelanggan yang pernah menggunakan jasa hotel Majesty. Kuesioner tahap 2 ini terdiri dua bagian, bagian I berisi profil responden dan perilaku konsumen, digunakan untuk menentukan *Segmentation, Targeting, Positioning* (STP) dari hotel Majesty. Sedangkan bagian II berisi atribut-atribut kinerja dan kepentingan. Kemudian dilakukan wawancara pada pihak manajemen hotel mengenai kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dari hotel Majesty.

Pengolahan data pada penelitian ini menggunakan matriks *Importance-Performance Analysis* (IPA), *Regresi Linier*, dan analisis SWOT. Dari hasil kuesioner profil, target pasar hotel Majesty adalah konsumen berusia 31-40 tahun, pekerjaan sebagai pegawai negeri dan karyawan swasta, berpenghasilan antara Rp 2.000.000 – kurang dari Rp 5.000.000, dengan tujuan untuk wisata/rekreasi/senang-senang, dan untuk urusan lain seperti seminar, pelatihan, dan olahraga. Berdasarkan hasil matriks *Importance-Performance Analysis* (IPA), atribut-atribut penelitian yang menjadi prioritas perbaikan utama adalah luas (ukuran) kamar, desain / layout kamar, adanya fasilitas private leisure, variasi harga kamar, kestrategisan lokasi hotel, kemudahan akses internet, kemenarikan hadiah langsung, diskon rate khusus member, kemudahan urusan administrasi. Sedangkan faktor-faktor yang menyebabkan pelanggan untuk menginap kembali di hotel Majesty berdasarkan *Regresi Linier* antara lain kemenarikan promosi melalui sarana komunikasi umum, harga sewa kamar, variasi jenis kamar yang tersedia, kebersihan kamar, kemudahan dalam memperoleh kamar pada saat akan menginap. Sedangkan pada SWOT dihasilkan faktor-faktor yang menjadi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dari hotel Majesty.

Kesimpulan yang diperoleh dilihat dari penggabungan antara hasil IPA, Multi Regresi dan SWOT adalah perlu dilakukan perbaikan terhadap tata cara urusan administrasi terutama yang berhubungan dengan masalah reservasi check in dan check out

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR DAN UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-2
1.4 Perumusan Masalah	1-3
1.5 Tujuan Penelitian	1-3
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Jasa.....	2-1
2.2 Klasifikasi Jasa.....	2-1
2.3 Teknik dan Pengumpulan data.....	2-3
2.4 Penentuan Jumlah Sampel.....	2-5
2.5 Skala Pengukuran.....	2-7
2.6 Penentuan Sampel.....	2-9
2.7 Uji Validitas Kuesioner.....	2-9
2.8 Uji Reliabilitas Kuesioner.....	2-11
2.9 <i>Segmentation, Targeting dan Positioning</i>	2-12
2.9.1 <i>Segmentation</i>	2-12
2.9.1.1 Definisi Segmentasi pasar.....	2-12
2.9.1.2 Tujuan Melakukan Segmentasi Pasar.....	2-14

2.9.1.3	Prosedur Melakukan Segmentasi Pasar.....	2-15
2.9.2	<i>Targeting</i>	2-16
2.9.3	<i>Positioning</i>	2-17
2.9.3.1	Strategi <i>Positioning</i>	2-18
2.10	Konsep Bauran Pemasaran.....	2-19
2.11	Analisis Tingkat Kepentingan Dan Kepuasan Pelanggan.....	2-23
2.12	Regresi dengan menggunakan SPSS.....	2-26
2.12.1	Kriteria Data Regresi Linear.....	2-26
2.12.2	Metode Seleksi Variabel Pada Regresi.....	2-26
2.12.3	Output Model SPSS.....	2-28
2.13	Analisis SWOT.....	2-28
2.13.1	Definisi SWOT.....	2-28
2.13.2	Identifikasi Peluang dan Ancaman.....	2-30
2.13.3	Identifikasi Kekuatan dan Kelemahan.....	2-31
2.13.4	<i>IFE Matrix</i>	2-32
2.13.5	<i>EFE Matrix</i>	2-33
2.13.6	<i>IE Matrix</i>	2-33
2.13.7	Matriks TOWS/SWOT.....	2-34

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Penelitian Pendahuluan	3-3
3.2	Studi Pustaka.....	3-3
3.3	Identifikasi Masalah.....	3-3
3.4	Pembatasan Masalah	3-3
3.5	Perumusan Masalah	3-4
3.6	Penentuan Tujuan Penelitian.....	3-4
3.7	Pembuatan Kuesioner Pendahuluan.....	3-5
3.8	Pengujian Validitas Konstruksi.....	3-5
3.9	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-5
3.10	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-6
3.11	Identifikasi Variabel Penelitian dan Penyusunan Kuesioner	

Penelitian.....	3-6
3.12 Variabel Kuisisioner Penelitian.....	3-7
3.13 Penentuan Metode Sampling dan Jumlah Sampel Penelitian.....	3-8
3.14 Penyebaran Kuisisioner Penelitian.....	3-8
3.15 Uji Validitas.....	3-9
3.16 Uji Reliabilitas.....	3-9
3.17 Pengolahan Data.....	3-10
3.18 Analisis.....	3-11
3.19 Usulan.....	3-12
3.20 Kesimpulan dan Saran.....	3-12

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1 Data Umum Perusahaan	4-1
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	4-1
4.1.2 Struktur Organisasi.....	4-2
4.2 Kuisisioner	4-3
4.2.1 Kuisisioner Pendahuluan.....	4-3
4.2.2 Kuisisioner Penelitian.....	4-6
4.2.3 SWOT	4-13
4.2.3.1 Faktor Internal.....	4-13
4.2.3.2 Faktor Eksternal.....	4-14

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1 Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	5-1
5.1.1 Pengujian Validitas Internal.....	5-1
5.1.2 Pengujian <i>Content Validity</i>	5-1
5.1.3 Pengujian Reliabilitas Instrumen.....	5-3
5.2 Kuisisioner Penelitian.....	5-4
5.3 <i>Importance Dan Performace Matrix</i>	5-5
5.4 Regresi.....	5-8
5.4.1 Uji Normalitas Data.....	5-8

5.4.2 Uji Homogenitas Data.....	5-8
5.4.3 Uji Indepedensi.....	5-9
5.4.4 Persamaan Regresi.....	5-10
5.4.5 Uji ANOVA.....	5-16
5.4.6 Uji t.....	5-17
5.4.7 Tabel t Uji t.....	5-17
5.5 Konsep Segmentation, Targeting, dan Positioning.....	5-19
5.6 Analisis SWOT.....	5-22
5.6.1 Matriks IFAS dan Matriks EFAS.....	5-23
5.6.2 Matriks SWOT.....	5-25
5.6.3 Analisis SWOT.....	5-26
5.6.4 Strategi Matriks SWOT.....	5-27
5.6.5 Kesimpulan Matriks SWOT.....	5-29
5.7 Penggabungan antara Importance Performance Analysis (IPA), Multi Regresi dan matrix SWOT.....	5-30

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran	6-4

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
3.1	Variabel Kuisisioner Penelitian	3-7
4.1	Atribut-atribut yang dianggap penting dan tidak penting	4-3
4.2	Atribut-atribut yang dianggap penting dan tidak penting (lanjutan)	4-4
4.3	Atribut yang tidak dipilih	4-4
4.4	Atribut yang tidak dipilih (lanjutan)	4-5
4.5	Atribut yang dipilih	4-5
4.7	Jenis Kelamin	4-6
4.8	Usia	4-6
4.13	Pekerjaan	4-7
4.14	Penghasilan	4-8
4.15	Tujuan menginap	4-8
4.16	Frekuensi Menginap (selama hidup)	4-9
4.17	Dasar Memilih Menginap	4-10
4.18	Berminat Menginap Kembali	4-18
4.19	Hasil Kuisisioner Bagian 2	4-12
4.20	Pengumpulan Bobot dan Rating IFAS (Internal)	4-13
4.21	Pengumpulan Bobot dan Rating EFAS (Eksternal)	4-14
5.1	Uji Valid Data Kuisisioner	5-2
5.2	Data <i>Importance Performace Matrix</i>	5-4
5.3	Atribut yang terdapat pada Kuadran Pertama	5-6
5.4	Atribut yang terdapat pada Kuadran Kedua	5-6
5.5	Atribut yang terdapat pada Kuadran ketiga	5-7
5.6	Atribut yang terdapat pada Kuadran Keempat	5-7
5.7	Data <i>Adjusted R squared</i>	5-10
5.8	Ouput Metode <i>Beckward</i>	5-10
5.9	Tabel ANOVA	5-16
5.10	Tabel <i>Coefficients</i>	5-18

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Hal
5.11	Tabel Perbandingan Antara t_{hitung} dan t_{tabel}	5-18
5.12	Tabel IFAS	5-22
5.13	Tabel EFAS	5-23
5.14	Matriks SWOT	5-25
5.15	Strategi SWOT	5-29
5.16	Gabungan variabel IPA, Multi Regresi dan SWOT	5-30
6.1	Kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman bagi hotel Majesty	6-3
6.2	Usulan Strategi hotel Majesty berdasarkan SWOT	6-4

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Hal
2.1	Teknik Sampling	2-6
2.2	Diagram <i>Kartesianus</i>	2-25
2.3	Lingkungan Industri	2-30
2.4	<i>Internal-Eksternal Matrix</i>	2-32
2.5	Matriks SWOT	2-32
3.1	Diagram Alir Penelitian	3-1
3.2	Diagram Alir Penelitian (lanjutan)	3-2
4.1	Struktur Organisasi Hotel Majesty	4-2
4.2	<i>Pie-Chart</i> Jenis Kelamin	4-4
4.2	<i>Pie Chart</i> “Jenis Umur”	4-7
4.3	<i>Pie Chart</i> “Jenis Pekerjaan”	4-7
4.5	<i>Pie Chart</i> “Besarnya Penghasilan	4-8
4.6	<i>Pie Chart</i> “Tujuan Menginap”	4-9
4.7	<i>Pie Chart</i> “Frekuensi Menginap”	4-9
4.8	<i>Pie Chart</i> “Asal Informasi”	4-10
4.9	<i>Pie Chart</i> “Berminat Kembali Menginap	4-11
5.1	Importance and Performance Matix	5-5
5.2	Grafik Uji Normalitas	5-8
5.3	Grafik Uji Homogenitas Data	5-8
5.4	Grafik Uji Indepedensi	5-9
5.5	<i>Internal-Eksternal Matrix</i>	5-28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Hal
1	Kuesioner Pendahuluan	L1-1
1	Variabel Penelitian berdasarkan 7P	L1-3
1	Kuesioner Penelitian	L1-4
2	Data Mentah Kuesioner Pendahuluan	L2-1
2	Data Mentah Kuesioner Penelitian (Kepentingan)	L2-2
2	Data Mentah Kuisioner Penelitian (Kinerja)	L2-5
3	Tabel-Tabel Statistik	L3-1
4	Uji Validitas dan reabilitas (Kepentingan)	L4-1
5	Uji Multi Regresi dengan program <i>SPSS</i>	L5-1
6	Form Komentar Dan Saran Sidang Tugas Akhir	L6-1