

ABSTRAK

Hotel Cihampelas 2 merupakan hotel bintang dua yang berdiri sejak tahun 2005 dan terletak di Jl. Cihampelas No. 222 Bandung. Hotel Cihampelas 2 memiliki rata-rata tingkat hunian berdasarkan kapasitas maksimal hotel pada tahun 2008 sebesar 80%, 2009 sebesar 76%, 2010 sebesar 72% dan 2011 sebesar 69%. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui keunggulan dan kelemahan yang dimiliki oleh Hotel Cihampelas 2, prioritas perbaikan serta usulan yang dapat diterapkan oleh Hotel Cihampelas 2.

Pengembangan variabel pengumpulan data yang digunakan untuk penelitian ini mengacu pada konsep bauran pemasaran 7P, yaitu *Product, Price, Place, Promotion, Process, People*, dan *Physical Evidence*. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner pendahuluan dan kuesioner penelitian.

Penyebaran kuesioner pendahuluan sebanyak 30 buah dilakukan di sekitar jalan Cihampelas dan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Kriteria yang ditentukan adalah responden sudah pernah merasakan jasa hotel. Kuesioner pendahuluan digunakan untuk mengetahui pesaing Hotel Cihampelas 2 dan faktor-faktor yang dipentingkan oleh konsumen dalam memilih hotel. Setelah pengolahan data menggunakan metode statistika deskriptif dengan menghitung persentase, maka dilakukan penyusunan dan penyebaran kuesioner penelitian. Penyebaran kuesioner penelitian sebanyak 110 buah dilakukan di sekitar jalan Cihampelas dan menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Kriteria yang ditentukan adalah responden sudah pernah merasakan jasa Hotel Cihampelas 2 dan Hotel Amaris. Kuesioner penelitian bagian pertama berisi profil responden dengan tujuan mengetahui *targeting* dan *positioning* Hotel Cihampelas 2. Sedangkan kuesioner penelitian bagian kedua digunakan untuk mengetahui tingkat kepentingan dan tingkat performansi setiap variabel penelitian berdasarkan persepsi konsumen. Kuesioner penelitian bagian kedua akan diolah menggunakan *Correspondence Analysis (CA)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan.

Usulan dirancang berdasarkan analisis gabungan antara hasil dari pengolahan data *Correspondence Analysis (CA)*, *Importance Performance Analysis (IPA)*, dan Uji Hipotesis Ketidakpuasan dengan didukung oleh hasil dari analisis *STP*. Usulan *positioning* yang dapat diberikan yaitu menjadikan Hotel Cihampelas 2 sebagai hotel keluarga yang bernuansa tradisional dengan slogan “*Enjoy Your Bandung Time with Your Family in the Unique and Traditional Place*”. Usulan lain yang dapat diberikan adalah melengkapi setiap kamar dengan fasilitas umum yang sesuai dengan kebutuhan konsumen, kesenian Jawa Barat seperti angklung, gamelan, suling, dan calung dapat ditampilkan baik secara *live music* maupun melalui rekaman kaset atau video untuk menghibur konsumen yang sedang berada di *lobby*, membuat tangga darurat yang memadai di sebelah kanan gedung hotel yang tidak bersebelahan secara langsung dengan gedung lainnya, membuat *job specification* dan *job description* yang sesuai dengan kebutuhan hotel, menambah fasilitas alat proses pembayaran seperti mesin kartu kredit dan mesin kartu debit.

DAFTAR ISI

JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA PRIBADI.....	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-3
1.4 Perumusan Masalah.....	1-3
1.5 Tujuan Penelitian.....	1-4
1.6 Sistematika Penulisan.....	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pemasaran	2-1
2.1.1 Definisi Pemasaran	2-1
2.2 Segmentasi Konsumen.....	2-1
2.2.1 Segmentasi Geografis	2-2
2.2.2 Segmentasi Demografis	2-2
2.2.3 Segmentasi Psikografis	2-2
2.2.4 Segmentasi Perilaku.....	2-3
2.3 <i>Targeting</i>	2-5
2.4 <i>Positioning</i>	2-6
2.5 <i>Marketing Mixed</i>	2-8
2.6 Teknik Pengumpulan Data.....	2-11

2.7	Populasi dan Sampel	2-15
2.7.1	Populasi.....	2-15
2.7.2	Sampel.....	2-15
2.7.3	Teknik Sampling	2-16
2.7.4	Menentukan Ukuran Sampel.....	2-18
2.8	Skala Pengukuran dan Instrumen Penelitian	2-19
2.8.1	Macam-macam Skala Pengukuran.....	2-19
2.8.2	Tipe Skala Pengukuran	2-20
2.8.3	Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-22
2.9	Pengujian Validitas dan Reliabilitas Instrumen.....	2-22
2.9.1	Pengujian Validitas Instrumen.....	2-22
2.9.2	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-23
2.10	Uji Hipotesis Ketidakpuasan.....	2-25
2.11	Analisis Tingkat Kepentingan dan Kepuasan Pelanggan	2-26
2.12	<i>Correspondence Analysis</i>	2-28

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

3.1	<i>Flowchart</i> Penelitian	3-1
3.2	Penelitian Pendahuluan.....	3-4
3.3	Tinjauan Pustaka	3-4
3.4	Identifikasi Masalah.....	3-4
3.5	Pembatasan Masalah.....	3-5
3.6	Perumusan Masalah	3-5
3.7	Tujuan Penelitian	3-6
3.8	Pengembangan Variabel	3-6
3.9	Penyusunan Kuesioner Pendahuluan	3-9
3.10	Pengujian Validitas Konstruk	3-9
3.11	Penyebaran Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.12	Pengolahan Kuesioner Pendahuluan.....	3-10
3.13	Penyusunan Kuesioner Penelitian.....	3-10
3.14	Penentuan Jumlah Sampel	3-11

3.15	Penyebaran Kuesioner Penelitian	3-11
3.16	Pengujian Validitas	3-12
3.17	Pengujian Reliabilitas	3-13
3.18	Pengolahan Data	3-13
3.19	Analisis	3-14
3.20	Usulan	3-15
3.21	Kesimpulan dan Saran	3-15

BAB 4 PENGUMPULAN DATA

4.1	Sejarah Singkat Hotel Cihampelas	4-1
4.2	Struktur Organisasi Hotel Cihampelas	4-2
4.3	Spesifikasi Pekerjaan Pegawai	4-2
4.4	Pengumpulan Data Kuesioner Pendahuluan	4-4
4.5	Pengumpulan Data Kuesioner Penelitian	4-6

BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS

5.1	Pengujian Validitas dan Reliabilitas.....	5-1
5.1.1	Tingkat Kepentingan	5-1
5.1.2	Tingkat Performansi	5-4
5.2	Pengujian <i>Correspondence Analysis (CA)</i>	5-7
5.3	Pengujian <i>Importance Performance Analysis (IPA)</i>	5-12
5.4	Pengujian Hipotesis Ketidakpuasan	5-16
5.5	<i>Segmentation, Targeting, dan Positioning</i>	5-19
5.5.1	<i>Segmentation</i> Berdasarkan Profil Responden	5-19
5.5.2	<i>Targeting</i> Berdasarkan Profil Responden	5-26
5.5.3	<i>Positioning</i>	5-28
5.6	Analisis Gabungan <i>CA</i> , Uji Hipotesis Ketidakpuasan dan <i>IPA</i>	5-29
5.7	Usulan.....	5-35
5.7.1	Skala Prioritas Perbaikan 1	5-35
5.7.2	Skala Prioritas Perbaikan 2.....	5-40
5.7.3	Skala Prioritas Perbaikan 3.....	5-41

5.7.4	Skala Prioritas Perbaikan 4.....	5-42
5.7.5	Skala Prioritas Perbaikan 5.....	5-43
5.7.6	Skala Prioritas Perbaikan 6.....	5-44
5.7.7	Skala Prioritas Perbaikan 7.....	5-45
5.7.8	Skala Prioritas Perbaikan 8.....	5-48
5.7.9	Skala Prioritas Perbaikan 9.....	5-49
5.7.10	Skala Prioritas Perbaikan 10.....	5-53

BAB 6 KESIMPULAN DAN SARAN

6.1	Kesimpulan.....	6-1
6.2	Saran.....	6-11

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
1.1	Tingkat Hunian Hotel Cihampelas 2	1-1
3.1	Tingkat Hunian Hotel Cihampelas 2	3-4
3.3	Pengembangan Segmentasi.....	3-9
3.3	Kerangka Tabel Skala Prioritas Perbaikan	3-15
4.1	Pesaing Hotel Cihampelas 2.....	4-5
4.2	Perhitungan Kepentingan Variabel Penelitian Kuesiner Pendahuluan	4-5
4.2	Perhitungan Kepentingan Variabel Penelitian Kuesiner Pendahuluan (Lanjutan).....	4-6
4.3	Profil Responden	4-7
4.4	Ringkasan Data Kepentingan dan Performansi.....	4-8
4.5	Ringkasan Data Total Ranking.....	4-9
5.1	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Kepentingan.....	5-1
5.2	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritis Tingkat Kepentingan.....	5-2
5.3	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Kepentingan	5-3
5.4	Hasil Pengujian Validitas SPSS Tingkat Performansi.....	5-4
5.5	Hasil Perbandingan r Hitung dengan r Kritis Tingkat Performansi.....	5-5
5.6	Hasil Pengujian Reliabilitas SPSS Tingkat Performansi	5-6
5.7	Jumlah Variabel Unggul Hotel Cihampelas 2 dan Hotel Amaris	5-7
5.8	Peringkat Tiap Variabel Hotel	5-10
5.9	Keunggulan Hotel Cihampelas 2	5-11
5.10	Kelemahan Hotel Cihampelas 2.....	5-11
5.11	Variabel Bersaing Hotel Cihampelas 2 & Hotel Amaris	5-12
5.12	Rangkuman Tingkat Performansi dan Tingkat Kepentingan.....	5-12
5.12	Rangkuman Tingkat Performansi dan Tingkat Kepentingan (Lanjutan)	5-13
5.13	Tabel Uji Hipotesis Ketidakpuasan	5-16
5.14	Ringkasan Variabel Tolak H_0	5-18
5.15	Ringkasan Variabel Terima H_0	5-18
5.16	Target Pasar	5-26

5.17	Skala Prioritas Perbaikan	5-30
5.18	Pernyataan Variabel Skala Prioritas Perbaikan.....	5-31
6.1	<i>Segmentation</i>	6-7
6.2	<i>Targeting</i>	6-8

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
1.1	Peta Lokasi Hotel Cihampelas 2	1-1
1.2	Grafik Penurunan Tingkat Hunian Hotel Cihampelas 2	1-2
2.1	Teknik Sampling	2-16
2.2	Diagram Kartesius <i>Importance Performance Analysis</i>	2-28
3.1	<i>Flowchart</i>	3-1
3.1	<i>Flowchart</i> (Lanjutan)	3-2
3.1	<i>Flowchart</i> (Lanjutan)	3-3
3.2	<i>Matrix IPA</i>	3-14
4.1	Struktur Organisasi Hotel Cihampelas	4-2
5.1	Grafik <i>Row Correspondence Analysis (CA)</i>	5-8
5.2	Grafik <i>Column Correspondence Analysis (CA)</i>	5-8
5.3	Grafik <i>Row & Column Correspondence Analysis (CA)</i>	5-9
5.4	Grafik <i>IPA</i>	5-14
5.5	Wilayah Kritis Variabel 1.....	5-17
5.6	Grafik Persentase Tingkat Penghasilan / bulan	5-19
5.7	Grafik Persentase Tempat Tinggal	5-19
5.8	Grafik Persentase Suasana Hotel.....	5-20
5.9	Grafik Persentase Frekuensi Menginap / tahun.....	5-21
5.10	Grafik Persentase Kartu Kredit yang Digunakan	5-21
5.11	Grafik Persentase Tujuan Bepergian	5-22
5.12	Grafik Persentase Menginap di Hotel Bersama	5-22
5.13	Grafik Persentase Informasi Hotel	5-23
5.14	Grafik Persentase Kesenian Jawa Barat	5-24
5.15	Grafik Persentase Makanan Tradisional Jabar	5-24
5.16	Grafik Persentase Minuman Tradisional Jabar	5-25

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
1	Form Hasil Seminar Proposal, Seminar Isi, & Sidang	L1-1
2	Catatan Bimbingan Tugas Akhir	L2-1
3	Lembar Validitas Konstruk	L3-1
4	Kuesioner Pendahuluan & Kuesioner Penelitian	L4-1
5	Data Mentah Hasil Kuesioner Penelitian	L5-1
6	Tabel r <i>Product Moment</i>	L6-1
7	Tabel Normal	L7-1