

**KARAKTERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR
YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN
DALAM HUBUNGANNYA DENGAN TINGKAT
HUNIAN KAMAR HOTEL SULAWESI
DI JEMBER**

SKRIPSI



Diajukan sebagai salah satu syarat guna memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Jember

650 8.3
Bud
K

Oleh:

11/6/01	Kelas
10235965	

Dwi Indah Budiarti

NIM : 970810201018

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER
2001**

JUDUL SKRIPSI

KARAKTERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
PERILAKU KONSUMEN DALAM HUBUNGANNYA DENGAN TINGKAT
HUNIAN KAMAR PADA HOTEL SULAWESI DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Dwi Indah Budiarti

N. I. M. : 970810201018

Jurusan : Manajemen

telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

28 April 2001

dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai kelengkapan guna memperoleh gelar S a r j a n a dalam Ilmu Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Susunan Panitia Penguji

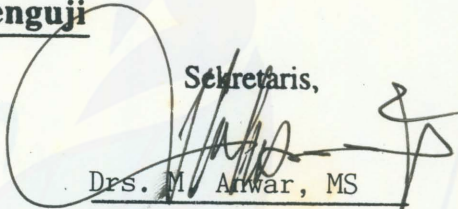
Ketua,



Drs. Sjamsuri

NIP. 130 287 119

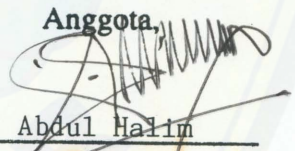
Sekretaris,



Drs. M. Anwar, MS

NIP. 131 759 767

Anggota,



Drs. Abdul Halim

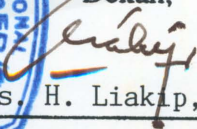
NIP. 130 674 838

Mengetahui/Menyetujui

Universitas Jember

Fakultas Ekonomi

Dekan,



Drs. H. Liakip, SU

NIP. 130 531 976



TANDA PERSETUJUAN

Judul : Karakteristik Konsumen Dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Hubungannya Dengan Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel SULAWESI Di Jember

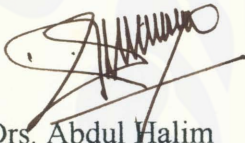
Nama Mahasiswa : DWI INDAH BUDIARTI

NIM : 970810201018

Jurusan : Manajemen

Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

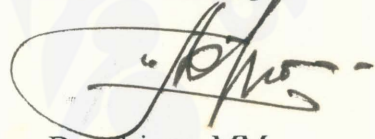
Dosen Pembimbing I



Drs. Abdul Halim

NIP. 130 674 838

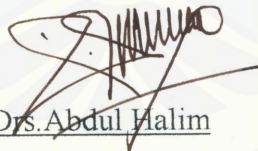
Dosen Pembimbing II



Drs. Sriono, MM

NIP. 131 624 476

Ketua Jurusan Manajemen



Drs. Abdul Halim

NIP. 130 674 838

Jember, April 2001

MOTTO

- 📖 *Kasihlah bangsa yang mengelu-elukan penguasa baru, tetapi mengolok-olok ketika tiba saat berpamitan, hanya untuk menyambut penguasa yang lebih baru lagi, dengan gempita terompet dan tetabuhan. (Kahlil Gibran)*
- 📖 *Kebaikan manusia ada pada pengetahuan dan perbuatan, dan bukan pada warna kulit, agama, ras atau keturunan. (Kahlil Gibran)*
- 📖 *Kegagalan hari ini bukanlah berarti kegagalan esok hari, sebab hidup adalah perjuangan tanpa henti. (Ahmad Dhani Manaf)*
- 📖 *Don't make your head a library, put your knowledge into action. (Ir. Soekarno)*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan sebagai wujud rasa cinta dan terima kasih yang tak terhingga kepada :

- ♥ *Yang terhormat Papa Mursyid dan Mama Endang atas doa restu serta kebahagiaan dan kasih sayang yang turercurahkan*
- ♥ *Mbak Yunis dan Adik Ria atas keceriaan dan kehangatan dalam kebersamaan*
- ♥ *M. Faishal dan Ryza Hogiantoro sebagai wujud rasa terima kasihku atas ketulusan dan keikhlasan kalian*
- ♥ *My Best Friend Yeni dan keluarga Suwito*
- ♥ *Anugerah Terindah Yang Pernah Kumiliki*
- ♥ *Alinamater yang kubanggakan*



ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana karakteristik demografi konsumen hotel SULAWESI dan faktor apa yang menjadi prioritas pertimbangan konsumen dalam mengambil keputusan untuk menginap pada hotel SULAWESI, serta hubungan diantara keduanya. Tempat penelitian dilakukan di hotel SULAWESI di kota Jember dan waktu pelaksanaan penelitian adalah selama satu bulan yaitu pada tanggal 9 Februari sampai dengan 9 Maret tahun 2001.

Berdasarkan permasalahan yang diteliti maka metode penelitian yang digunakan adalah metode wawancara, observasi, kuisioner, dan studi pustaka. Metode penelitian dengan menggunakan kuisioner ini merupakan metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden yang diteliti dan responden tinggal menjawab pertanyaan tersebut sesuai dengan aturan yang ada. Sedangkan rancangan penelitian adalah rancangan penelitian survei, dimana tujuan dari rancangan penelitian survei adalah untuk mengetahui obyek penelitian yaitu responden yang menginap di hotel SULAWESI Jember secara langsung mengenai hal-hal yang berhubungan dengan karakteristik konsumen dan faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk menginap, hal ini dimaksudkan untuk mendapatkan data lebih jelas dan akurat.

Variabel-variabel yang diteliti dan dianggap berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar pada hotel SULAWESI adalah karakteristik konsumen secara demografi meliputi jenis kelamin, usia, status sosial, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan status kewarganegaraan, serta faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen meliputi faktor tarif, fasilitas, servis dan lokasi. Diantara faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen secara berurutan yang menjadi prioritas pertimbangan adalah faktor fasilitas, servis, lokasi dan tarif. Analisa data yang telah dilakukan untuk menjawab permasalahan yang ada adalah dengan menggunakan analisis diskriptif, analisis kebutuhan, chi square, dan koefisien kontingensi. Dari hasil pengujian hipotesa diperoleh bahwa hampir semua variabel karakteristik demografi konsumen mempunyai hubungan yang signifikan dengan faktor prioritas kecuali variabel jenis kelamin dan tingkat pendidikan.

Dari analisa data yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa apabila hotel senantiasa melakukan analisis perilaku konsumen dalam mengembangkan usaha pemasarannya, maka manajemen hotel dapat menetapkan kebijakan-kebijakan dengan tepat sehingga keputusan bagi konsumen dapat diberikan dan akhirnya kedudukan hotel SULAWESI dapat dipertahankan. Kesimpulan ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan korelasi yang positif antara konsumen hotel dengan jasa yang ditawarkan oleh pihak hotel sehingga diharapkan hotel SULAWESI dapat mengetahui variabel mana yang sangat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menyewa kamar serta dapat lebih meningkatkan pelayanan kepada konsumen agar dapat bersaing dengan hotel-hotel lain.

Kata Pengantar

Puji syukur kami panjatkan kepada Allah SWT atas segala berkah dan rahmat-Nya sehingga skripsi dengan judul “KARAKTERISTIK KONSUMEN DAN FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM HUBUNGANNYA DENGAN TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA HOTEL SULAWESI DI JEMBER” ini dapat terselesaikan dengan baik dan lancar.

Penyusunan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi salah satu syarat dalam memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Kami menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin akan terlaksana dan terselesaikan tanpa bimbingan dan bantuan dari semua pihak. Oleh karena itu pada kesempatan kali ini kami menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Abdul Halim dan bapak Drs. Sriono, MM selaku dosen pembimbing I dan pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Drs. H. Liakip, SU selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
3. Bapak dan Ibu dosen beserta seluruh staff dan karyawan dilingkungan Fakultas Ekonomi Universitas Jember.
4. Bapak Drs. Yudi Prakoso selaku Duty Manajer Hotel SULAWESI yang telah memberikan ijin kepada kami untuk melakukan penelitian.
5. Mas Edo selaku Captaint Front Office Hotel SULAWESI atas kesediaannya meluangkan waktu untuk membantu memberikan data dan informasi yang diperlukan.
6. Kedua orang tuaku yang kuhormati yang telah mencurahkan segalanya serta kakak dan adikku tersayang.
7. Faishal dan Yeni yang dengan penuh kesabarannya dan keikhlasan telah memberikan support demi terselesainya skripsi ini.

8. Sahabat-sahabat sehatiku : Yeni, Frida, Yusti, dan Sigit (thanks atas persahabatan yang indah ini), Faisal, Ryza, Suga, Ubai, Endik, Rizal, Joko (I LOVE YOU ALL GUYS), teman-teman gondrongku di Bondowoso yang telah mengajariku tentang arti sebuah persahabatan, Top-ex (atas sepenggal kisah lalu kita yang indah), teman-teman KKN kelompok 36 (for nicely months), serta arek-arek Mantep 97 atas kebersamaannya.
9. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang ikut membantu dalam penulisan skripsi ini.

Kami menyadari keterbatasan dan kekurangan dalam skripsi ini, oleh karena itu segala saran dan kritik yang sifatnya membangun sangat kami harapkan, serta semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jember, April 2001

Penulis

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Pengesahan	ii
Halaman Persetujuan.....	iii
Halaman Motto.....	iv
Halaman Persembahan	v
Abstraksi	vi
Kata Pengantar.....	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiv
Daftar Lampiran	xv
I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Kegunaan Penelitian.....	4
1.4 Hipotesa.....	4
1.5 Batasan Masalah	4
1.6 Kerangka Pemecahan Masalah.....	5
1.7 Penjelasan Kerangka Pemecahan Masalah	6
II. TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya	7
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	8
2.2.2 Jasa Perhotelan	10
2.2.3 Perilaku Konsumen	11
2.2.4 Model Perilaku Konsumen	13

2.2.5	Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	14
2.2.6	Proses Keputusan Membeli	20
III.	METODE PENELITIAN	23
3.1	Rancangan Penelitian	23
3.2	Metode Pengumpulan Sampel	23
3.3	Metode Pengumpulan Data	23
3.4	Definisi Variabel Operasional dan Teknik Pengukuran	25
3.4.1	Definisi Variabel Operasional	25
3.4.2	Teknik Pengukuran	26
3.5	Metode Analisis Data	26
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN	32
4.1	Gambaran Umum Perusahaan	32
4.1.1	Sejarah Singkat Berdirinya Hotel	32
4.1.2	Struktur Organisasi Hotel	33
4.1.3	Aspek Personalia	37
4.1.4	Aspek Produksi	40
4.1.5	Aspek Pemasaran	42
4.2	Analisis Data	44
4.2.1	Karakteristik Demografi Konsumen	44
4.2.2	Analisis Kebutuhan	48
4.2.3	Analisis Chi Square	50
4.2.3.1	Uji Independen Antara Jenis Kelamin Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen	50
4.2.3.2	Uji Independen Antara Tingkat Usia Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen	51

4.2.3.3 Uji Independen Antara Status Sosial Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen	54
4.2.3.4 Uji Independen Antara Tingkat Pendidikan Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen	57
4.2.3.5 Uji Independen Antara Jenis Pekerjaan Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen	58
4.2.3.6 Uji Independen Antara Status Kewarganegaraan Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen.....	61
V. KESIMPULAN DAN SARAN	64
5.1 Kesimpulan	64
5.2 Saran.....	66
DAFTAR PUSTAKA	67
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Karakteristik Responden.....	27
----- 3.2 Skala Prioritas.....	28
----- 4.1 Jumlah Karyawan Hotel SULAWESI.....	37
----- 4.2 Jenis dan Kapasitas Kamar Hotel SULAWESI	42
----- 4.3 Daftar Tarif Kamar Hotel SULAWESI	43
----- 4.4 Daftar Tingkat Hunian Kamar Hotel SULAWESI.....	44
----- 4.5 Jenis Kelamin Responden	44
----- 4.6 Tingkat Usia Responden.....	45
----- 4.7 Status Sosial Responden	46
----- 4.8 Tingkat Pendidikan Responden.....	46
----- 4.9 Jenis pekerjaan Responden.....	47
----- 4.10 Status Kewarganegaraan.....	47
----- 4.11Skala Prioritas Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan	48
----- 4.12Frekuensi Data Faktor Prioritas Dan Jenis Kelamin Konsumen	50
----- 4.13Frekuensi Data Faktor Prioritas Dan Tingkat Usia Konsumen	52
----- 4.14Frekuensi Data Faktor Prioritas Dan Tingkat Usia Konsumen	52
----- 4.15Frekuensi Data Faktor Prioritas Dan Status Sosial Konsumen	55
----- 4.16Frekuensi Data Faktor Prioritas Dan Tingkat Pendidikan Konsumen.....	57
----- 4.17 Frekuensi Data Faktor Prioritas Dan Jenis Pekerjaan Konsumen	59
----- 4.18 Frekuensi Data Faktor Prioritas Dan Jenis Pekerjaan Konsumen	59

----- 4.19	Frekuensi Data Faktor Prioritas Dan Status Kewarganegaraan Konsumen.....	62
4.20	Frekuensi Data Faktor Prioritas Dan Status Kewarganegaraan Konsumen.....	62



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kurva Chi Square Distribution

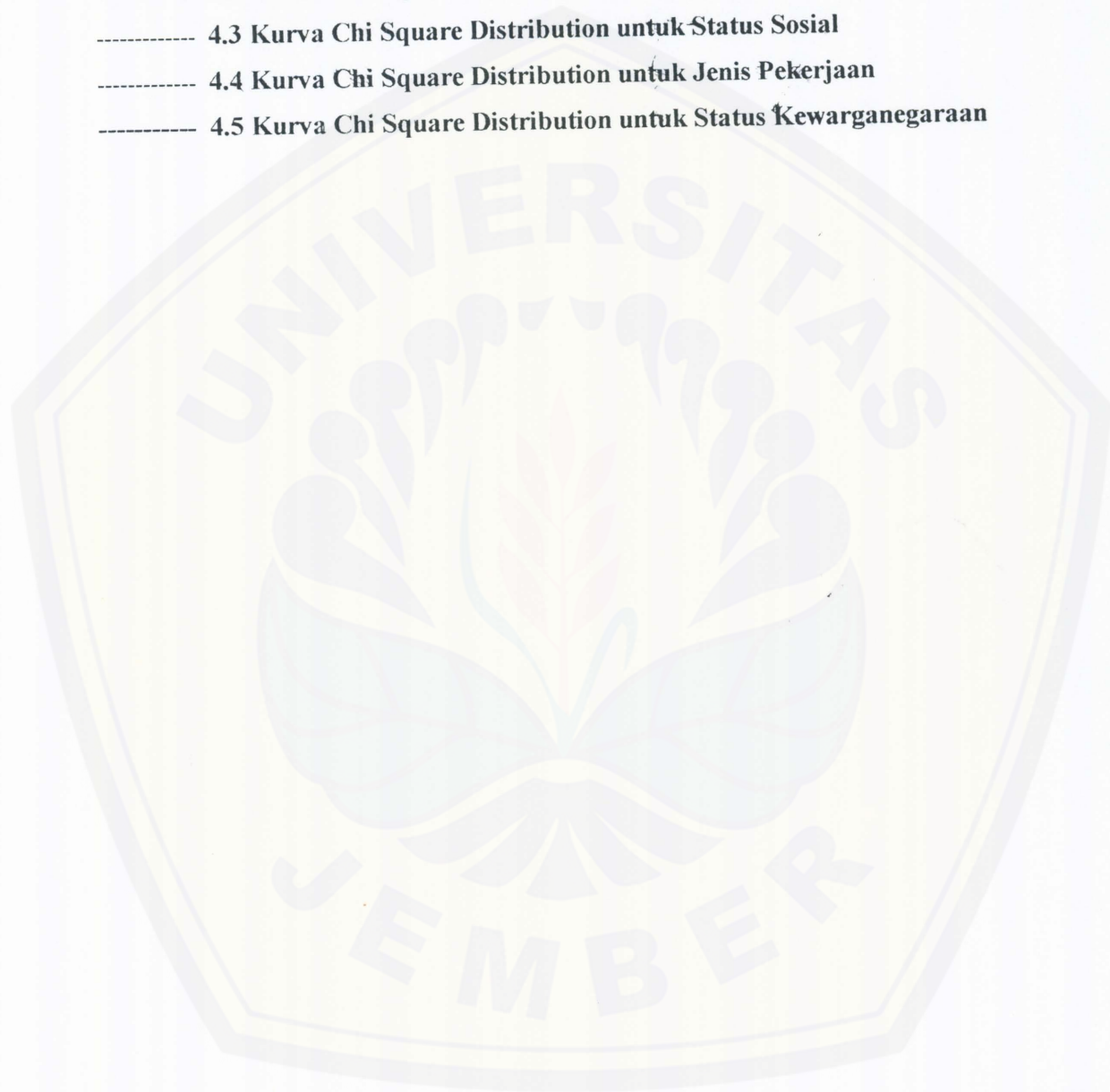
----- **4.1 Struktur Organisasi Hotel SULAWESI**

----- **4.2 Kurva Chi Square Distribution untuk Tingkat Usia**

----- **4.3 Kurva Chi Square Distribution untuk Status Sosial**

----- **4.4 Kurva Chi Square Distribution untuk Jenis Pekerjaan**

----- **4.5 Kurva Chi Square Distribution untuk Status Kewarganegaraan**



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Kuisisioner

- 2. Hasil Jawaban Responden Terhadap Kuisisioner Yang Diberikan
- 3. Uji Independen Antara Jenis Kelamin Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen
- 4. Uji Independen Antara Tingkat Usia Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen
- 5. Uji Independen Antara Status Sosial Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen
- 6. Uji Independen Antara Tingkat Pendidikan Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen
- 7. Uji Independen Antara Jenis Pekerjaan Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen
- 8. Uji Independen Antara Status Kewarganegaraan Dengan Pemilihan Faktor Prioritas Yang Mempengaruhi Keputusan Menginap Konsumen

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Indonesia dimata dunia tidak hanya dikenal sebagai negara sedang berkembang yang berusaha bangkit dari krisis ekonomi yang melanda sebagian besar negara-negara di Asia Tenggara, tetapi dibalik itu semua bagi para wisatawan manca negara, Indonesia merupakan salah satu negara dengan panorama yang indah dan menakjubkan, sehingga menjadi negara tujuan wisata di kawasan Asia Pasifik yang banyak diminati. Hal tersebut merupakan peluang bagi pemerintah untuk menjadikan industri pariwisata sebagai produk andalan yang diharapkan mampu menyediakan lapangan kerja dan menyerap tenaga kerja serta mampu mendatangkan devisa.

Usaha pengembangan kepariwisataan tidak terlepas dari pengembangan sektor industri perhotelan sebagai salah satu mata rantai industri pariwisata. Saat ini negara kita sedang berusaha melakukan *recovery* terhadap sektor kepariwisataan seiring dengan makin menurunnya *competitive position* pariwisata Indonesia di dunia internasional, sebagai akibat krisis multidimensi yang melanda negara kita.

Industri perhotelan sebagai sektor yang terkait juga terkena dampak krisis yang sangat berarti, apalagi jasa perhotelan tidak hanya dimanfaatkan dalam kepariwisataan tetapi juga dimanfaatkan oleh mereka yang bergerak dibidang bisnis dan perdagangan. Kondisi yang demikian menjadikan persaingan yang terjadi diantara hotel semakin ketat. Para manajer hotel dan akomodasi lainnya jelas dihadapkan pada masalah pemasaran dan persaingan dalam upaya merebut pasar.

Persaingan yang terjadi, tidak hanya dalam hal tarif kamar tetapi juga faktor lainnya seperti servis yang memuaskan pelanggan, fasilitas yang tersedia di hotel serta promosi gencar dan besar-besaran. Hal ini tentunya menuntut para manajer dalam mengambil setiap keputusan harus tepat dan akurat, sebab setiap

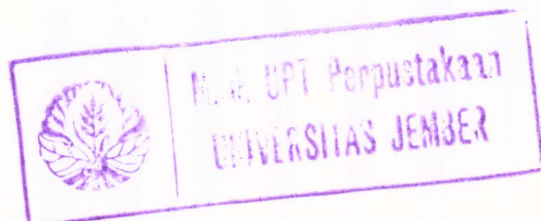
keputusan yang diambil akan berpengaruh terhadap tamu yang berkunjung dan menginap di hotel baik dari dalam maupun dari mancanegara.

Tujuan sektor industri perhotelan adalah meningkatkan jumlah tamu yang menginap dan mendapatkan laba semaksimal mungkin. Betapapun baiknya kegiatan-kegiatan yang lain dalam sektor industri perhotelan, namun jika pihak hotel tersebut tidak berhasil menjual jasanya maka akan berakhirilah kelangsungan hidup hotel itu, dan sebaliknya jika berhasil menjual jasanya maka akan menjamin kelangsungan hidup hotel.

Persaingan yang semakin tajam antar perusahaan perhotelan yang ada dalam merebut pangsa pasar menuntut perusahaan untuk menempatkan konsumen sebagai suatu titik sentral yang harus diperhatikan. Perusahaan dituntut untuk membahagiakan (tidak hanya memuaskan) konsumen dengan memberikan pelayanan serta bernilai tambah bagi konsumen. Kenyataan tersebut mendorong pihak manajemen perusahaan perhotelan untuk melaksanakan riset pemasaran guna memperoleh informasi-informasi yang akurat dalam memahami perilaku konsumen, karena banyak faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum mengambil keputusan untuk menginap atau menggunakan jasa.

Penelitian tentang perilaku konsumen sangat penting dan dibutuhkan oleh perusahaan, mengingat perlunya perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan, konsumen akan berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan. Selain itu, informasi konsumen tersebut akan sangat membantu perusahaan dalam penerapan strategi dan kebijakan yang lebih efektif, sehingga pemahaman akan perilaku konsumen mutlak diperlukan untuk memudahkan perusahaan dalam mempengaruhi konsumen agar mau membeli produk dan jasa ditawarkan tersebut dalam usaha merebut pangsa pasar.

Hotel SULAWESI terletak di wilayah kabupaten Jember. Lokasi hotel yang strategis dengan letak berada tidak jauh dari pusat kota dan mudah dijangkau baik oleh kendaraan pribadi maupun angkutan umum merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen untuk menginap maupun berkunjung,



selain faktor lainnya seperti tarif, servis yang memuaskan, dan fasilitas yang ditawarkan hotel SULAWESI yang menjadi daya tarik tersendiri bagi konsumen.

Karakteristik konsumen yang berbeda menyebabkan konsumen memiliki penilaian yang berbeda-beda pula terhadap produk dan jasa yang ditawarkan tersebut, yang pada akhirnya akan berpengaruh pada keputusan konsumen untuk menginap. Oleh karena itu, perlu bagi pihak manajemen hotel untuk mengetahui karakteristik konsumennya dan faktor yang menjadi prioritas pertimbangan konsumen sehubungan dengan keputusan untuk menginap guna kepentingan strategi pemasaran selanjutnya.

1.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah yang dapat diambil dari uraian diatas adalah :

1. Bagaimanakah karakteristik demografi konsumen hotel SULAWESI ?
2. Faktor apakah yang menjadi prioritas pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI ?
3. Apakah ada hubungan antara karakteristik demografi konsumen dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas bagi konsumen dalam pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI ?

1.3. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui karakteristik demografi konsumen hotel SULAWESI.
2. Untuk mengetahui faktor yang menjadi prioritas pertimbangan konsumen dalam pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI.
3. Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara karakteristik demografi konsumen dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas bagi konsumen dalam pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI.

1.3.2. Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan berupa informasi sebagai bahan pertimbangan dan sumbangan pemikiran bagi pihak manajemen hotel mengenai pemahaman tentang perilaku konsumen, sehingga dapat dijadikan dasar bagi perencanaan kebijaksanaan dan strategi pemasaran hotel.

1.4. Perumusan Hipotesa

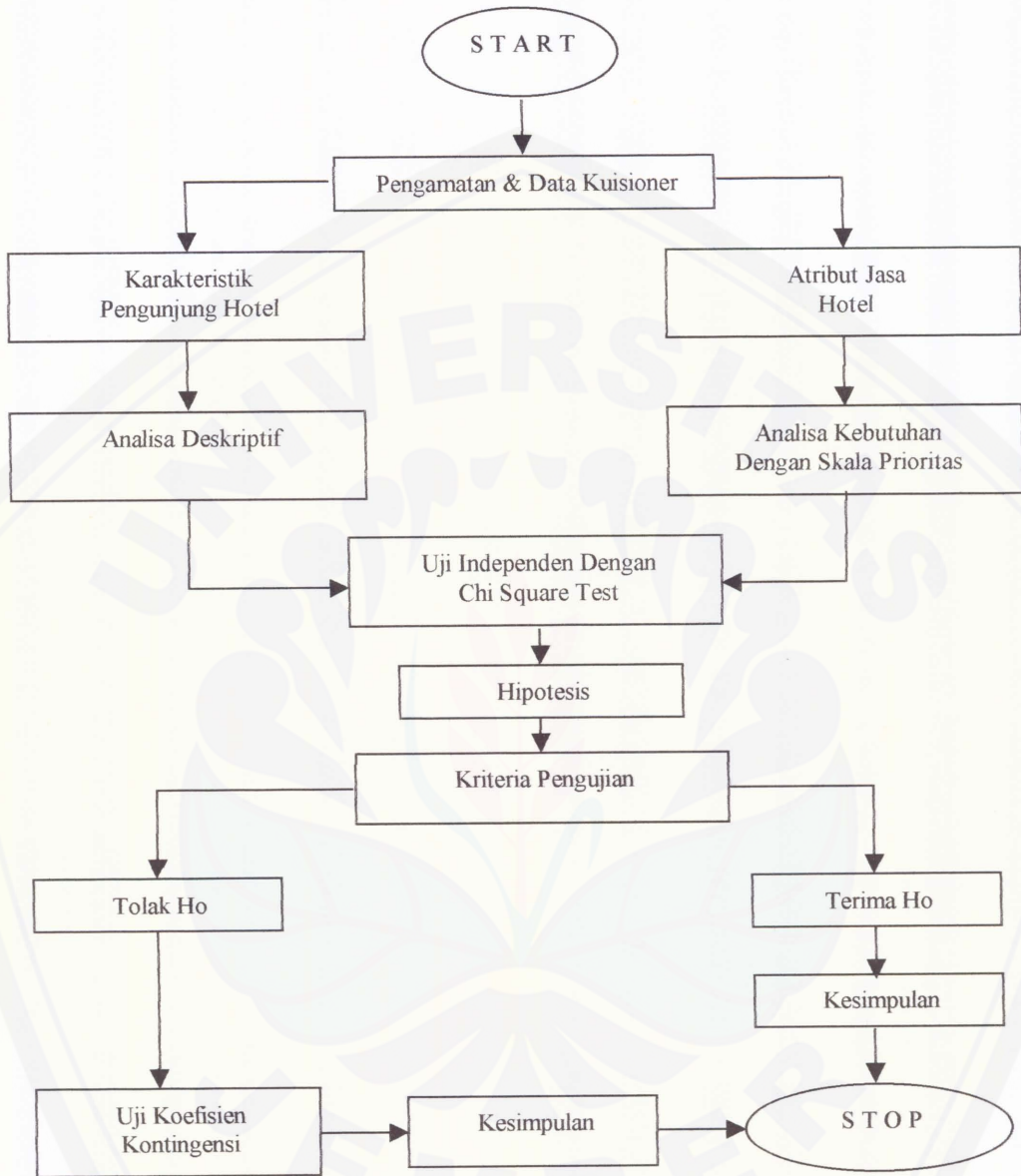
1. Diduga tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel.
2. Diduga ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap tamu hotel.

1.5. Batasan Masalah

Agar dalam pembahasan tidak menyimpang dari perumusan masalah yang ingin dipecahkan maka perlu adanya batasan masalah yaitu :

1. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yang dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan menginap pada hotel seperti faktor tarif, fasilitas, servis, lokasi, promosi, nama baik hotel, dan sebagainya. Oleh karena itu dipilih faktor-faktor yang terkait erat dengan aktifitas pemasaran hotel sebagai obyek yang diteliti yaitu faktor tarif, fasilitas, servis dan lokasi.
2. Faktor-faktor diluar faktor tarif, fasilitas, servis dan lokasi seperti tersebut diatas dianggap tidak berpengaruh.
3. Waktu yang digunakan dalam penelitian yaitu antara tanggal 9 Februari sampai dengan 9 Maret 2001, sehingga data yang terkumpul sebelum dan sesudah penelitian tidak dapat diikutsertakan.

1.7. Kerangka Pemecahan Masalah



Penjelasan Kerangka Masalah :

1. Dari hasil pembagian kuisioner akan didapat data karakteristik pengunjung yang menginap di hotel SULAWESI dan data pemilihan faktor prioritas pengunjung.
2. Data karakteristik pengunjung yang menginap di hotel SULAWESI dianalisis dengan analisis deskriptif, sedangkan data pemilihan faktor prioritas pengunjung hotel dianalisis dengan Skala Prioritas.
3. Dilakukan uji independen antara dua faktor dengan *Chi Square Test* yang menghasilkan hipotesis ada atau tidak adanya hubungan antara dua faktor yang diuji di atas.
4. Dari hasil *Chi Square Test* yang telah dihitung maka kemudian diuji dengan menggunakan Koefisien Kontingensi untuk mengetahui keeratan antara dua faktor yang diuji.
5. Berdasarkan hasil analisis tersebut akan diperoleh kesimpulan akhir dari penelitian ini.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang perilaku konsumen merupakan hal yang penting dan dibutuhkan oleh perusahaan, mengingat perlunya perusahaan memahami kebutuhan dan keinginan konsumen akan berbagai macam produk dan jasa yang ditawarkan. Kepuasan konsumen menjadi tujuan utama dari usaha pemasaran terutama pemasaran jasa, oleh karena itu arah dan pengembangan kebijaksanaan perusahaan serta strategi yang diterapkan selalu mempertimbangkan faktor konsumen.

Konsumen sangat beraneka ragam karakteristiknya, hal ini menyebabkan perilaku yang berbeda-beda pula antara konsumen satu dengan yang lainnya. Untuk memahami perilaku konsumen terlebih dahulu dibutuhkan pengetahuan tentang kebutuhan konsumen, karena kebutuhan merupakan dasar dari perilaku konsumen. Setelah konsumen menyadari kebutuhannya, dia akan melakukan berbagai tindakan yang tujuannya untuk memenuhi kebutuhannya itu. Begitu juga dengan perusahaan dalam memasarkan produknya, pemahaman akan perilaku konsumen mutlak diperlukan untuk mengetahui apa yang diinginkan konsumen terhadap produk yang ditawarkan.

Hasil penelitian terdahulu dan yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti adalah penelitian yang dilakukan oleh Ahmad Zainuri (1998). Pada penelitian yang telah dilakukan oleh Ahmad Zainuri menunjukkan bahwa permasalahan yang diteliti berkaitan dengan karakteristik konsumen dan pemilihan faktor yang menjadi prioritas, yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan menginap di hotel.

Ahmad Zainuri dalam penelitiannya menjelaskan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk menginap di hotel meliputi tarif, fasilitas, servis, lokasi, dan paket wisata, sedangkan karakteristik konsumen secara demografi meliputi usia, jenis kelamin, status sosial, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan, dan status kewarganegaraan.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa faktor yang menjadi prioritas adalah paket wisata, dan antara karakteristik konsumen dengan pemilihan faktor yang prioritas tersebut ada hubungan yang signifikan, kecuali pada variabel jenis kelamin.

Penulis berikutnya adalah Esti Rosmaida (2000). Dalam penelitian yang telah dilakukannya ditunjukkan bahwa permasalahan yang diteliti berhubungan dengan faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen didalam mengambil keputusan untuk menginap di hotel. faktor-faktor tersebut diantaranya adalah harga, produk, servis, dan promosi. Faktor harga, produk, servis, dan promosi mempunyai pengaruh yang positif terhadap keputusan penyewaan kamar.

Dari analisa data yang telah dilakukan, ternyata faktor servis mempunyai hubungan paling kuat dalam mempengaruhi perilaku konsumen untuk mengambil keputusan menginap di hotel. Ini terbukti dengan adanya pengujian data yang menggunakan korelasi parsial dan majemuk, variabel servis terhadap keputusan konsumen memiliki tingkat korelasi tinggi dibandingkan dengan faktor-faktor lainnya yang memiliki tingkat korelasi sedang.

2.2. Landasan Teori

2.2.1 Pemasaran dan Manajemen Pemasaran

Pemasaran merupakan suatu kegiatan manusia yang diarahkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran barang dan jasa. Menurut Philip Kotler (1997:134) pemasaran didefinisikan sebagai berikut:

“Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana masing-masing individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran produk yang bernilai bagi pihak lainnya”.

Definisi pemasaran berikutnya menurut Basu Swatha (1992:125), yaitu :

“Pemasaran adalah kegiatan usaha yang mengarahkan aliran barang dan jasa dari produsen kepada konsumen atau pemakai”.

Dari kedua definisi diatas dapat disimpulkan bahwa pemasaran mencakup usaha yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipuaskan, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga

produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut, sehingga dapat dikatakan bahwa pemasaran itu menciptakan pembeli dan penjual, dimana kedua belah pihak sama-sama mencari kepuasan. Dalam hal ini penjual berusaha untuk mendapatkan laba. Kedua macam kepentingan ini dapat dipertemukan dengan cara mengadakan pertukaran yang saling menguntungkan.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan pokok yang harus dilakukan oleh perusahaan jika perusahaan tersebut ingin tetap hidup ditengah-tengah pertumbuhan dan persaingan yang kompetitif, mengingat konsumen saat ini dihadapkan pada banyak pilihan dari para produsen yang berusaha untuk memuaskan kebutuhan mereka, oleh karena itu konsumen mencari keunggulan dalam kualitas, nilai, atau biaya ketika mereka memilih produk atau jasa yang ditawarkan. Berdasarkan hal tersebut dapat dikatakan bahwa kunci sukses dari perusahaan adalah dengan mengetahui bagaimana perilaku konsumen mereka serta dengan memuaskan pelanggan melalui penawaran yang bersaing, dan pemasaran merupakan fungsi perusahaan yang dibebani tugas mendefinisikan pelanggan dan mencari cara terbaik untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka secara kompetitif dan menguntungkan.

Kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan harus terkoordinasi dan dikelola dengan cara yang baik melalui manajemen yang baik pula, sehingga dikenal istilah manajemen pemasaran. Adapun definisi manajemen pemasaran yang dikemukakan oleh Phillip Kotler (1991:136) adalah sebagai berikut :

“ Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang bertujuan menimbulkan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan perusahaan”.

Sehubungan dengan hal itu manajer pemasaran mempunyai tugas untuk memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran yang dapat membantu dalam pencapaian tujuan perusahaan serta dalam menyesuaikan diri dengan perubahan lingkungan.

2.2.2. Jasa Perhotelan

Diantara bermacam-macam bentuk jasa kepariwisataan yang terpenting dan terlengkap ialah jasa yang diberikan perhotelan. Bagi wisatawan, hotel adalah pengganti rumahnya sendiri. Disitulah ia mandi dan tidur, dapat beristirahat tanpa diganggu dan dapat mengerjakan apa saja seperti layaknya dirumah, karena itulah hotel dapat disebut *a home away from home*. Menurut SK Menteri Perhubungan No. SK. 241/H/70, disebutkan bahwa : “Hotel adalah perusahaan yang menyediakan jasa dalam bentuk penginapan (akomodasi) serta menyajikan hidangan dan fasilitas lainnya dalam hotel untuk umum, yang memenuhi syarat-syarat *comfort* dan bertujuan komersil”.

Hotel dibedakan menjadi dua golongan yaitu hotel berbintang dan hotel kelas melati. Penggolongan hotel ini berdasarkan pada jumlah kamar, fasilitas dan peralatan yang tersedia serta mutu pelayanan yang sesuai dengan persyaratan atau klasifikasi hotel yang telah ditetapkan oleh Dirjen Pariwisata.

Sebagai bentuk usaha yang lebih menekankan pada kepuasan konsumen, maka jasa perhotelan dalam upaya mengoptimalkan pelayanan harus memenuhi syarat-syarat sebagai berikut:

1. Syarat fasilitas

Syarat-syarat fasilitas yang terpenting adalah mengenai bentuk, fungsi, lokasi, dan mutu. Dalam hal ini, bentuk fasilitas yang tersedia di hotel SULAWESI harus dapat dikenal (*Recognizable*) oleh tamu-tamunya. Kalau ada bentuk fasilitas yang sukar atau tidak dapat dikenal, perlu adanya petunjuk berupa tulisan atau tanda-tanda lain yang mudah dikenal artinya. Syarat fasilitas lainnya ialah fungsi, dimana fasilitas yang disediakan harus berfungsi seperti yang dimaksudkan. Selain itu syarat lokasi dan mutu juga perlu diperhatikan. Fasilitas yang tersedia lokasinya sebaiknya mudah ditemukan serta bahan-bahan yang digunakan untuk membuat fasilitas tersebut juga sebaiknya terbuat dari bahan yang bermutu dan berkualitas.

2. Syarat Servis

Servis yang dimaksud disini adalah pelayanan yang diberikan para karyawan hotel SULAWESI terhadap tamu hotel. Servis tersebut terdiri dari penerima

tamu, petugas pemesanan, petugas pelayanan barang tamu, pelayanan informasi, operator, dan kasir yang kesemuanya harus dapat memberikan kepuasan bagi para pelanggan.

3. Syarat Tarif

Agar dapat memberikan jasa yang baik, kecuali fasilitas dan servis yang harus memenuhi persyaratan, tarifnya pun harus memenuhi syarat. Hotel memberikan jasa-jasanya secara komersial. Akan tetapi jelas bahwa hotel tidak dapat menentukan tarifnya asal setinggi mungkin atau serendah-rendahnya. Untuk menentukan tarif yang tepat bermacam-macam faktor yang harus dipertimbangkan, diantaranya ialah :

- Besarnya modal yang ditanam
- Tingkat harga komoditi yang diperlukan untuk pengelolaan hotel
- Mutu jasa yang diberikan, baik berupa fasilitas maupun servis
- Segmentasi pasar
- Lokasi harga

4. Syarat Lokasi

Hotel dapat berfungsi dengan baik sebagai komponen dalam kegiatan pariwisata jika memenuhi persyaratan lokasi. Persyaratan lokasi hotel menuntut bahwa citra hotel dengan citra lingkungan harus sesuai. Kesesuaian hotel dengan lingkungannya tidak hanya dipandang secara sosial, dimana hotel harus terletak ditengah-tengah lingkungan masyarakat yang baik, akan tetapi juga secara fisik, dalam hal ini hotel sebaiknya terletak didaerah dengan iklim yang menyenangkan dengan pemandangan yang indah. Selain itu lokasi hotel harus berada dekat dengan tempat wisata dan mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi maupun angkutan umum.

2.2.3. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan bagian dari kegiatan manusia, sehingga bila membicarakan perilaku konsumen itu berarti membicarakan kegiatan manusia. Perusahaan juga berkepentingan dengan hampir setiap kegiatan manusia, oleh karena itu perusahaan sangat perlu sekali mempelajari perilaku

konsumen sebab perilaku konsumen merupakan kunci perusahaan untuk merencanakan dan mengelola pemasaran perusahaan dalam lingkungan yang selalu berubah.

Untuk memahami perilaku konsumen dibutuhkan pengertian tentang kebutuhan konsumen, karena kebutuhan merupakan dasar dari perilaku konsumen. Begitu juga dengan perusahaan dalam memasarkan produknya terlebih dahulu harus memahami kebutuhan konsumen dan apa yang mendorong seseorang atau konsumen untuk melakukan pembelian barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

Ada dua elemen penting dalam perilaku konsumen yaitu proses pengambilan keputusan dan kebutuhan fisik yang semuanya melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan, dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa ekonomis. Perilaku konsumen menurut Basu Swatha (1987:9) didefinisikan sebagai berikut :

“Perilaku konsumen adalah kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa, termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dan penentuan kegiatan-kegiatan tersebut”.

Selain definisi diatas terdapat definisi lainnya yang menunjukkan bahwa, “Perilaku konsumen merupakan perilaku yang ditunjukkan oleh orang-orang dalam merencanakan, membeli, dan menggunakan barang-barang ekonomis dan jasa-jasa” (Winardi, 1991:49).

Analisa perilaku konsumen yang realistis hendaknya menganalisa proses-proses yang tidak dapat atau sulit diamati, yang selalu menyertai setiap pembelian. Mempelajari perilaku konsumen tidak hanya mempelajari apa yang dibeli atau dikonsumsi tetapi juga dimana, bagaimana kebiasaannya, dan dalam kondisi apa barang-barang dan jasa-jasa dibeli.

Beberapa bentuk riset pemasaran dapat dipakai untuk menafsirkan serta meramalkan perilaku konsumen, karena bagi manajer pemasaran sangat penting mengetahui motif pembelian seseorang terhadap suatu produk. Melalui analisa perilaku konsumen manajer pemasaran mempunyai pandangan yang lebih luas

dan mengetahui kesempatan baru yang berasal dari belum terpenuhinya kebutuhan konsumen.

2.2.4. Model Perilaku Konsumen

Mempelajari dan menganalisa perilaku konsumen adalah sesuatu yang sangat kompleks karena banyaknya variabel yang mempengaruhi dan cenderung saling berinteraksi. Model dari perilaku konsumen sebagai usaha untuk mempermudah dalam proses analisisnya. Adapun model-model perilaku konsumen diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Model *Howard-Sheth*

Pembahasan perilaku konsumen dalam sebuah model yang menyeluruh telah diusulkan oleh Howard pada tahun 1963. Model tersebut dapat dipakai untuk membantu dalam menerangkan dan memahami perilaku konsumen meskipun tidak dapat meramalkannya secara tepat. Model Howard-Sheth tentang perilaku konsumen berisi empat elemen pokok, yaitu :

- a. Input (variabel rangsangan / stimuli)
- b. Susunan hipotesis (*Hypothetical Constructs*)
- c. Out put (*Responses Variable*)
- d. Variabel-variabel Eksogen (*Exsogeneous Variables*)

Secara ringkas dapat dikatakan bahwa model Howard-Sheth menitikberatkan pada pembelian ulang dan menggambarkan dinamika perilaku konsumen selama satu periode. Model itu memperlihatkan bahwa seseorang mempunyai motif, pandangan, dan dapat mengambil keputusan melalui proses belajar.

2. Model *Andreasen*

Alan R. Andreasen mengembangkan model umum perilaku konsumen yang dibangun dari konsepsi-konsepsi tentang formasi sikap dan perubahannya dalam psikologi sosial. Model ini menjelaskan seluruh proses dari rangsangan-rangsangan sampai dengan hasilnya yang berupa perilaku, dan semuanya terkandung dalam siklus pemrosesan informasi yang terdiri dari empat tahap yaitu:

- a. Input berupa rangsangan (stimuli)
- b. Pengamatan dan penyaringan
- c. Perubahan-perubahan sifat
- d. Macam-macam hasil yang mungkin terjadi

Titik pusat model menurut Alan R. Andreasen adalah pada formasi sikap dan perubahan sikap. Manajemen pemasaran yang mencoba untuk mempengaruhi sikap melalui produk dan jaringan komunikasi perusahaan akan dapat merubah cara pengamatan konsumen terhadap produk perusahaan.

3. Model *Markov*

Model *Markov* merupakan model yang memisahkan penelitian pada perilaku pemilihan akhir atau hasil yang tampak dari suatu keputusan pembelian, khususnya perilaku pemilihan merk suatu produk. Model ini menyebutkan bahwa hanya pemilihan merk pada pembelian terakhir yang mempengaruhi pemilihan merk pembelian sekarang. Untuk menjelaskan model *Markov*, perilaku pemilihan merk digambarkan dalam matriks peralihan, dimana P_{ij} adalah probabilitas terjadinya peralihan merk. Probabilitas peralihan merk (P_{ij}) dapat diartikan sebagai ukuran untuk mempertahankan merk tertentu, selama P_{ij} merupakan ukuran kemampuan merk j untuk merebut konsumen dari merk i .

2.2.5. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Ada dua faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen yaitu faktor lingkungan internal perusahaan dan faktor lingkungan eksternal perusahaan (Basu Swastha, 1987:15).

A. Faktor-faktor Internal (yang dapat dikontrol oleh perusahaan), terdiri dari :

1. Harga

Harga adalah jumlah uang yang digunakan dalam pembelian atau sewa pada Hotel SULAWESI. Harga sangat memegang peranan dalam memasarkan suatu barang atau jasa karena harga dapat mempengaruhi posisi persaingan dari perusahaan. Untuk dapat menetapkan harga yang layak, biasanya bisa dilakukan dengan mengadakan percobaan untuk menguji pasar, apakah konsumen menerima penawaran tersebut atau menolaknya.



Apabila konsumen menerima penawaran tersebut, berarti harga yang ditetapkan sudah layak. Tetapi jika konsumen menolak, maka biasanya harga itu bisa cepat disesuaikan dengan kondisi pasar dan persaingan yang ada. Keputusan mengenai harga perlu diintegrasikan dengan keputusan tentang barang atau jasa yang ditawarkan.

Agar dapat menetapkan harga yang layak, perlu adanya prosedur penentuan bagi barang atau jasa yang ditawarkan. Prosedur dan penetapan harga dapat menggunakan cara sebagai berikut:

a. Mengestimasi permintaan barang dan jasa

Penjual dapat membuat estimasi permintaan barang atau jasa secara total. Hal ini dapat dilakukan terhadap permintaan barang dan jasa dengan cara menentukan harga yang diharapkan dapat diterima oleh konsumen.

b. Mengetahui terlebih dahulu reaksi dalam persaingan

Kondisi persaingan sangat mempengaruhi kebijaksanaan penentuan harga bagi perusahaan atau penjual. Oleh karena itu, penjual perlu mengetahui reaksi dari persaingan yang terjadi dipasaran serta sumber-sumber penyebabnya yang dapat berasal dari barang atau jasa yang sejenis yang dihasilkan oleh perusahaan lain.

c. Menentukan market share yang diharapkan

Market share akan dipengaruhi oleh kapasitas produksi yang ada, biaya ekspansi dan kemampuan perusahaan dalam merebut persaingan. Untuk menguasai market share, perusahaan harus mengadakan periklanan dan menentukan harga yang tepat.

d. Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar

Perusahaan atau penjual dapat memilih diantara strategi yang ada sebagai berikut :

- *Skim The Cream Pricing*

adalah strategi harga dengan menentukan harga setinggi mungkin dan menutup biaya penelitian, pengembangan dan promosi.

- *Penetration Pricing*

Adalah strategi harga dengan menetapkan harga serendah-rendahnya yang bertujuan untuk mencapai volume penjualan sebesar-besarnya dalam waktu yang relatif singkat, untuk memperkuat posisi perusahaan dalam persaingan.

e. Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan

Didalam menentukan harga, perusahaan harus mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan dengan melihat pada barang atau jasa, sistem distribusi dan promosi.

2. Pelayanan (*service*)

Service adalah suatu kegiatan atau aktivitas yang sifatnya tidak berwujud dan bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen tanpa disertai dengan pemindahan kepemilikan atas jasa pelayanan yang diberikan oleh hotel SULAWESI. Pelayanan (*service*) merupakan hal yang sangat menentukan sekali dalam perkembangan perusahaan pada masa-masa yang akan datang. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan pelayanan secara profesional kepada konsumen, yaitu suatu bentuk pelayanan yang sebaik-baiknya yang memenuhi kebutuhan dan selera konsumen, karena tujuan akhir dari pelayanan adalah memberikan kepuasan yang maksimal kepada konsumen.

Kunci untuk mempertahankan konsumen sebagai pelanggan adalah kepuasan pelanggan, karena pelanggan yang puas akan :

1. Membeli lagi
2. Mengatakan hal-hal yang baik tentang perusahaan kepada orang lain
3. Kurang mempertahankan merk dan iklan produk pesaing
4. Membeli produk lain dari perusahaan yang sama

3. Produk

Definisi produk sesuai dengan bidang pemasaran yaitu “produk adalah suatu sifat yang kompleks baik dapat diraba maupun yang tidak dapat diraba, termasuk bungkus, warna, harga, prestise perusahaan dan, pelayanan perusahaan, yang diterima oleh pembeli untuk memuaskan keinginan atau kebutuhannya”.

Menurut definisi tersebut, konsumen membeli sekumpulan sifat fisik dan kimia sebagai alat pemuas kebutuhan. Setiap kombinasi dari sifat-sifat tersebut merupakan produk tersendiri sebab setiap kombinasi akan memberikan kepuasan yang berbeda-beda.

Konsumen pada produk industri *hospitality* memerlukan produk berdasarkan manfaat, tidak kepada produk itu sendiri. Contoh menginap pada suatu hotel termasuk juga kebutuhan mendapatkan keamanan menitipkan barang-barang berharga (*security*), kenyamanan (*comfort*), dan ketenangan (*convenience*), serta fasilitas rekreasi, olah raga, hiburan dan pusat perbelanjaan.

Konsumen juga memiliki sifat emosional, lebih dari yang logis yang ia perlukan sebenarnya. Industri hotel penuh dengan kebutuhan-kebutuhan yang sifatnya emosional, seperti keperluan untuk tempat tidur, makan dan minum di kawasan wisata yang mewah, padahal ditempat lain untuk tidur, makan dan minum juga bisa dengan harga yang murah.

4. Distribusi

Setelah barang selesai dibuat dan siap untuk dipasarkan, tahap berikutnya dalam proses pemasaran adalah menentukan metode dan rute yang akan dipakai untuk menyalurkan barang tersebut ke pasar. Hal ini menyangkut masalah penentuan strategi penyaluran, termasuk pemilihan saluran distribusi, penanganan secara fisik, dan distribusi fisik.

Definisi saluran distribusi adalah saluran yang digunakan oleh produsen untuk menyalurkan barang tersebut dari produsen sampai ke konsumen atau pemakai industri. Saluran distribusi ini merupakan suatu struktur yang menggambarkan alternatif saluran yang dipilih dan menggambarkan situasi pemasaran yang berbeda oleh berbagai macam perusahaan atau lembaga usaha seperti produsen, pedagang besar dan pengecer. Hal ini dapat dipertimbangkan sebagai fungsi yang harus dilakukan untuk memasarkan barang secara efektif.

5. Promosi

Untuk dapat menarik konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin perlu adanya promosi yang meliputi *advertensi* dan *sales promotion* secara kontinu dan efektif, sehingga usaha peningkatan volume penjualan dapat tercapai. Dari variabel-variabel ini dapat ditentukan item-itemnya :

1. Informasi tentang hotel SULAWESI
2. Penampilan (*well designed*) hotel SULAWESI Jember

Advertensi dan *sales promotion* adalah salah satu kegiatan dalam bidang marketing yang bertujuan untuk meningkatkan omzet penjualan dengan jalan mempengaruhi konsumen, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Menurut *William J. Stanton* (1995:324), tujuan dari *advertensi* yaitu :

- a. Menunjang penjualan perorangan
- b. Mencapai pejabat yang tidak dapat dihubungi oleh tenaga penjual
- c. Memperbaiki hubungan dengan dealer
- d. Memasuki pasar geografis baru atau menarik pelanggan baru
- e. Memperkenalkan produk baru
- f. Menambah penjualan suatu produk.

Suatu kampanye periklanan dapat dirancang untuk memperpanjang pembelian produk.

- g. Meluaskan penjualan perusahaan
- h. Melawan prasangka atau dugaan tentang penggantian produk
- i. Membangun nama baik (*goodwill*) perusahaan dan memperbaiki reputasinya dengan :
 1. melakukan bakti masyarakat (*publik service*) lewat periklanan
 2. menjelaskan keadaan organisasi yang menghasilkan produk itu

B. Faktor-faktor eksternal (yang tidak dapat dikontrol oleh perusahaan)

1. Faktor-faktor Lingkungan Eksternal

a. Kebudayaan

Faktor kebudayaan merupakan faktor yang sifatnya sangat luas karena menyangkut segala aspek kehidupan manusia, pengetahuan, kepercayaan,

kesenian, moral, hukum, adat istiadat dan kemampuan serta kebiasaan yang dapat mempengaruhi pribadi masyarakat.

b. Kelas sosial

Adalah suatu kelompok yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggotanya dalam setiap jenjang itu memiliki nilai minat dan tingkah laku yang sama.

c. Kelompok Referensi

Adalah suatu kelompok sosial yang menjadi ukuran seseorang untuk membentuk kepribadian dan perilakunya. Kelompok ini merupakan kelompok atau individu yang secara langsung atau tidak langsung mempengaruhi perilaku seseorang dalam membeli.

d. Keluarga

Anggota keluarga memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap perilaku konsumen, meskipun setiap anggota mempunyai selera dan keinginan yang berbeda. Dalam hal ini keluarga menimbulkan minat dan kemampuan atas pembelian, karena faktor keluarga bagi konsumen akan merupakan :

1. Prakarsa pembelian
2. Pemberi informasi paling banyak dan dipercaya
3. Pemberi dorongan yang paling besar untuk pembelian

2. Faktor-Faktor Lingkungan Internal

a. Motivasi

Motivasi adalah dorongan kebutuhan dan keinginan yang diarahkan untuk memperoleh kepuasan. Seseorang mempunyai beberapa kebutuhan dan berusaha untuk memenuhinya.

b. Pengamatan

Pengamatan adalah suatu keadaan dimana konsumen menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungan atau sebagai proses penerimaan dan adanya rangsangan didalam lingkungan internal dan eksternal sehingga bersifat aktif.

Pengamatan bisa dalam hal mendengar, menyentuh, merasa, melihat. Suatu produk akan menimbulkan tanggapan dari konsumen untuk menginterpretasikan dan memahami.

c. Belajar

Belajar dapat didefinisikan sebagai perubahan-perubahan yang terjadi sebagai akibat adanya pengalaman. Perubahan-perubahan perilaku tersebut tidak hanya menyangkut emosi, kepribadian, kriteria penilaian dan banyak faktor lain yang mungkin dapat ditunjukkan dengan kegiatan yang tampak.

d. Sikap

Sikap seseorang adalah predisposisi (keadaan mudah terpengaruh) untuk memberikan tanggapan terhadap rangsangan lingkungan yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku orang tersebut.

2.2.6. Proses Keputusan Membeli

Perilaku konsumen akan menentukan proses pengambilan keputusan dalam pembelian mereka. Adapun keputusan proses membeli menurut Phillip Kotler dibagi dalam lima tahap, yaitu :

1. Pengenalan masalah

Proses membeli diawali saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari adanya perbedaan antara kondisi sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan ini dapat disebabkan oleh rangsangan internal maupun eksternal. Jika kebutuhan tersebut diketahui maka konsumen akan segera memahami kebutuhan yang belum segera terpenuhi atau masih bisa ditunda pemenuhannya, serta kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi.

2. Pencarian informasi

Seorang konsumen yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak.

Sumber-sumber informasi konsumen dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok :

- sumber pribadi : keluarga, teman, tetangga, kenalan
- sumber komersil : iklan, tenaga penjualan, penyalur, kemasan dan pameran
- sumber umum : media massa, organisasi konsumen
- sumber pengalaman : pernah menangani, menguji, menggunakan produk

Jumlah dan pengaruh relatif dari sumber-sumber informasi ini bervariasi menurut kategori, produk, dan karakteristik pembeli, dengan mengumpulkan informasi pembeli dapat lebih mengenal produk atau jasa yang diminatinya.

3. Evaluasi alternatif

Tahap ketiga dalam proses pembelian ini adalah evaluasi alternatif, dimana konsumen memproses informasi yang diperoleh untuk membuat keputusan akhir. Dalam usaha untuk memuaskan kebutuhannya, konsumen mencari manfaat-manfaat tertentu pada suatu produk dan melihat setiap produk sebagai himpunan dari sifat atau ciri tertentu dengan kemampuan yang beragam dalam memberikan manfaat. Konsumen membedakan ciri-ciri produk yang dilihat relevan atau menonjol, lalu mereka mengidentifikasi alternatif-alternatif pembeliannya. Alternatif pembelian yang telah diidentifikasi kemudian dinilai dan diseleksi menjadi alternatif pembelian yang dapat memenuhi dan memuaskan kebutuhan serta keinginannya.

4. Keputusan membeli

Setelah melalui tiga tahap diatas konsumen dihadapkan pada keputusan untuk membeli atau tidak. Keputusan membeli konsumen dapat dipengaruhi oleh dua faktor, yaitu sikap orang lain dan faktor keadaan tak terduga. Seorang konsumen yang memutuskan untuk melaksanakan tujuan pembelian akan dihadapkan pada serangkaian keputusan yang harus diambil menyangkut keputusan mengenai merk, keputusan mengenai penjualan, keputusan mengenai jumlah, keputusan kapan membeli, dan keputusan metode membayar.

5. Perilaku Sesudah Pembelian

Sesudah melakukan pembelian konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlibat dengan tindakan-tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar. Pemahaman perilaku konsumen sesudah pembelian sangat penting bagi perusahaan untuk mengembangkan program-program pemasaran yang efektif dan efisien bagi pangsa pasarnya.



III. METODE PENELITIAN

3.1 Rancangan Penelitian

Rancangan penelitian yang dilaksanakan dalam penelitian ini adalah penelitian survei dengan menitikberatkan pada penelitian relasional yang mempelajari hubungan antar variabel, sehingga secara langsung atau tidak langsung hipotesa penelitian senantiasa dipertanyakan. Dalam survei data dikumpulkan dari responden dengan menggunakan kuisioner.

Dalam penelitian survei ini, penulis terlebih dahulu merumuskan pemahaman teoritis atas masalah yang hendak diteliti baru kemudian mengumpulkan data untuk mencari dukungan empiris bagi teorinya. Salah satu keuntungan utama dari penelitian ini adalah kemungkinan pembuatan generalisasi untuk populasi yang besar sehingga peneliti perlu menentukan sampel penelitian dengan menggunakan tehnik penentuan sampel yang tersedia.

3.2 Metode Pengambilan Sampel

Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh pengunjung pada hotel SULAWESI, sedangkan sampel yang diambil adalah pengunjung hotel yang menginap antara tanggal 9 Februari sampai dengan tanggal 9 Maret 2001. Teknik pengambilan sampel yang dipakai adalah dengan menggunakan metode *konvinien* yaitu pengambilan sampel dengan cara menunjuk responden secara langsung untuk diberi kuisioner.

3.3 Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis dan Sumber Data

a. Jenis Data

- Data kualitatif adalah data-data yang diperoleh dari responden berupa jawaban atas kuisioner yang telah diberikan.

- Data kuantitatif adalah data-data yang berupa informasi yang diperoleh pihak hotel SULAWESI, seperti data tarif kamar, data volume penyewaan kamar, dan data-data lain yang berhubungan.

b. Sumber Data

Data yang diperlukan dalam penelitian ini berupa data :

1. Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari responden yaitu pengunjung dan pihak hotel dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan kuisisioner berdasarkan pertanyaan yang telah disediakan.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari pihak lain yang berhubungan dengan studi kepustakaan, yaitu dengan menggunakan penelitian lain dan literatur yang berhubungan dengan penelitian ini.

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan menggunakan metode :

1. Wawancara

Metode pengumpulan data dengan mengadakan wawancara langsung dengan pihak hotel sesuai dengan sifat dan macam data yang diperlukan.

2. Observasi

Metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada obyek yang diteliti.

3. Kuisisioner

Metode pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden mengenai penilaian konsumen tentang hal-hal yang berkaitan dengan penelitian.

4. Studi Kepustakaan

Metode pengumpulan data yang dilaksanakan dengan mempelajari literatur-literatur yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

3.4 Definisi Variabel Operasional dan Teknik Pengukuran

3.4.1 Definisi Variabel Operasional

Definisi variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini, diantaranya adalah :

1. Karakteristik konsumen sebagai variabel bebas (X) adalah sifat-sifat atau ciri-ciri yang melekat pada diri konsumen yang membedakan antara konsumen yang satu dengan konsumen yang lainnya, meliputi :
 - a. Jenis kelamin (X_1) meliputi item laki-laki dan perempuan
 - b. Usia (X_2) meliputi item ≤ 25 th, 26-35 th, 36-45 th, ≥ 46 th
 - c. Status (X_3) meliputi item belum menikah dan menikah
 - d. Tingkat pendidikan (X_4) meliputi item SLTP, SLTA, Perguruan Tinggi
 - e. Jenis pekerjaan (X_5) meliputi item pelajar, ibu rumah tangga, pegawai negeri, pegawai swasta, dan pensiunan
 - f. Status kewarganegaraan (X_6) meliputi item Indonesia, Belanda, Jerman Inggris, dan lain-lain
2. Variabel terikat (Y) dalam penelitian ini adalah faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap pada hotel SULAWESI, meliputi
 - a. Tarif adalah jumlah uang yang digunakan dalam pembelian atau sewa pada hotel SULAWESI yang ditentukan oleh pihak hotel dan harus dikeluarkan oleh konsumen.
 - b. Fasilitas adalah bentuk produk yang disediakan dan ditawarkan oleh pihak hotel SULAWESI untuk dinikmati konsumennya, meliputi fasilitas kamar hotel, restaurant, ruang Lobby, ruang rapat, dan tempat parkir.
 - c. Servis adalah kegiatan yang sifatnya tidak berwujud dan bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen tanpa pemindahan kepemilikan.

- d. Lokasi adalah tempat kedudukan hotel SULAWESI dalam melakukan usahanya untuk menarik konsumen.

3.4.2 Teknik pengukuran

Fungsi dari pengukuran adalah untuk menunjukkan angka-angka pada suatu variabel menurut aturan yang ditentukan. Dalam penelitian ini menggunakan tingkat pengukuran *ordinal scale*, yaitu dengan memberikan angka-angka yang mengandung arti tingkatan. Ukuran ordinal tersebut berlaku pada penentuan skala prioritas faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen hotel SULAWESI.

Dalam kuisioner yang dibagikan, responden tinggal memberi nomor urut berdasarkan prioritas pada jawaban yang dipilih, sehingga dengan demikian peneliti mudah untuk mengolahnya dan bagi responden tidak kesulitan menjawabnya. Adapun skor yang diberikan sesuai dengan urutan pilihan. Jumlah maksimal skor sebanyak jumlah variabel.

Apabila terdapat empat variabel, maka jumlah maksimal skor empat dengan kriteria penilaian sebagai berikut :

- 1) Jika variabel terpilih sebagai prioritas pertama maka diberi skor empat
- 2) Jika variabel terpilih sebagai prioritas kedua maka diberi skor tiga
- 3) Jika variabel terpilih sebagai prioritas ketiga maka diberi skor dua
- 4) Jika variabel terpilih sebagai prioritas keempat maka diberi skor satu

3.5 Metode Analisis Data

3.5.1 Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk mengetahui karakteristik demografi tamu yang menginap di hotel SULAWESI, dimana dalam analisis ini data yang disajikan dalam bentuk tabel yang didalamnya memuat frekuensi dari suatu variabel data dan persentase dari suatu variabel.

Adapun karakteristik yang diambil adalah :

- a. Jenis kelamin
- b. Usia
- c. Status (kawin/belum kawin)
- d. Tingkat pendidikan
- e. Jenis pekerjaan
- f. Status kewarganegaraan

Data yang diperoleh dari hasil kuisioner tersebut kemudian ditabulasikan kedalam tabel sebagai berikut :

Karakteristik Responden

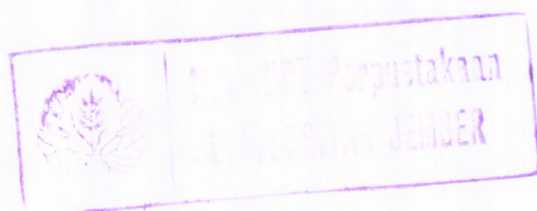
Variabel Karakteristik	Frekuensi	Persentase
a. Variabel A	xxx	xxx
b. Variabel B	xxx	xxx
c. Variabel C	xxx	xxx
d. Variabel D	xxx	xxx
Jumlah	xxx	xxx

Sumber : Soeratno dan Lincolyn Arsyad, 1993:136

3.5.2 Analisis Kebutuhan

Untuk mengetahui faktor apa yang menjadi prioritas pertimbangan bagi konsumen dalam mengambil keputusan menginap digunakan skala prioritas. Adapun faktor-faktor yang dianggap mempengaruhi perilaku konsumen dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI adalah:

- a. Tarif hotel yang terdiri dari
 - Tarif kamar
 - Tarif F&B (*Food & Bavarage*)
 - Tarif Jasa Pencucian (*Laundry*)



b. Fasilitas yang terdiri dari

- Fasilitas kamar hotel (televisi, telepon, kulkas)
- Restoran dan ruang Lobby
- Ruang rapat (*Meeting Room*)
- Tempat parkir

c. Servis yang terdiri dari

- Penerima tamu
- Petugas pemesanan dan pelayanan barang tamu
- Informasi
- Operator telepon
- Kasir

d. Lokasi

Lokasi yang strategis terletak didekat pusat kota dan mudah di jangkau baik oleh kendaraan pribadi maupun angkutan umum.

Data yang dihasilkan dari kuisisioner tersebut, lalu ditabulasikan dengan menggunakan skala prioritas untuk mengetahui faktor mana yang dianggap sangat penting dan faktor mana yang kurang penting dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan konsumen untuk menginap pada hotel SULAWESI, dalam bentuk sebagai berikut :

Skala Prioritas Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen

Jenis Faktor	Skor n.....2.1 1,2.....n	Jumlah Skor	Prioritas
Y_1	XXX	XXX	XXX
Y_2	XXX	XXX	XXX
Y_3	XXX	XXX	XXX
Y_n	XXX	XXX	XXX

Sumber : Phillip Kottler, 1997:106

Keterangan :

Y = Skala Prioritas faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen

3.5.3 Analisis Untuk Mengetahui Hubungan Antara Karakteristik Demografi Konsumen Dengan Faktor Tarif, Fasilitas, Servis, dan Lokasi

Langkah-langkah yang dilakukan dalam proses analisis tersebut adalah sebagai berikut :

- Menentukan tanggapan konsumen terhadap faktor mana yang menjadi prioritas pertimbangan bagi keputusan konsumen dalam menginap berdasarkan karakteristik demografinya, dengan menggunakan *cross tabulation* sebagai berikut :

Cross Tabulation

Jenis Faktor	Karakteristik Tamu Hotel		Jumlah
	X ₁	X ₂	
Y ₁			
Y ₂			
Y _n			

Sumber : Soeratno dan Lincolyn Arsyad, 1993:171

Frekuensi teoritis yang diharapkan dari sampel sebagai pencerminan dari frekuensi yang diharapkan dalam populasi dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut (J. Supranto, 1995:162) :

$$e_{ij} = \frac{(n_i)(n_j)}{n}$$

dimana :

n = banyaknya sampel/data

i = jumlah baris

j = jumlah kolom

e_{ij} = frekuensi harapan (*expected frequencies*)

b. Perumusan Hipotesa

H_0 = Diduga tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel.

H_a = Diduga ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap tamu hotel.

- c. Penentuan taraf nyata (*level of significant*) dengan $\alpha = 0,05$ dan menghitung derajat kebebasan (*degrees of freedom*) yang diperoleh dari $df = (k-1)(b-1)$, sehingga dapat ditentukan Chi Square tabel berdasarkan tabel distribution.
- d. Menentukan kriteria pengujian dengan menggunakan distribusi X^2 yang membandingkan antara frekuensi pengamatan dengan faktor harapan, dengan rumus *chi square* sebagai berikut (J. Supranto, 1995:161) :

$$X^2 = \sum_{i=1}^p \sum_{j=1}^q \frac{(f_{ij} - e_{ij})^2}{e_{ij}}$$

dimana :

f_{ij} = frekuensi pengamatan dari baris i dan kolom j

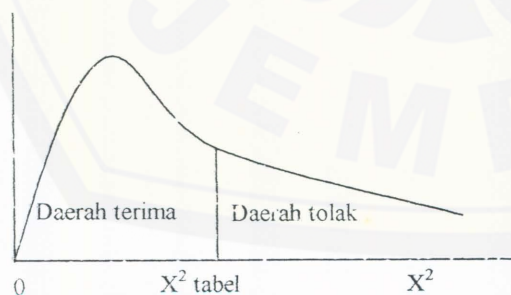
e_{ij} = frekuensi harapan dari baris i dan kolom j

p = baris

q = kolom

- e. Penentuan daerah pengujian

Chi Square Distribution



Jika χ^2 hitung $>$ χ^2 tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti ada hubungan diantara kedua faktor yang diuji.

Jika χ^2 hitung \leq χ^2 tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak, hal ini berarti tidak ada hubungan diantara kedua faktor yang diuji.

3.5.4 Koefisien Kontingensi

Koefisien Kontingensi digunakan untuk mengetahui derajat hubungan yang terjadi dari faktor-faktor yang dianalisis, secara sistematis dirumuskan sebagai berikut (J. Supranto, 1995:220) :

$$K = \sqrt{\frac{\chi^2}{\chi^2 + N}}$$

dimana :

K = Koefisien Kontingensi

χ^2 = Chi Square

N = Jumlah data

Semakin besar nilai K berarti hubungan antara kedua faktor yang diuji semakin erat, sedangkan nilai K tidak dapat lebih dari 1,00 (Singarimbun dan Effendi, 1995:234).

Klasifikasi hasil perhitungan nilai K adalah :

- 0 - 0,25 = pola hubungan kurang erat
- 0,26 - 0,50 = pola hubungan agak erat
- 0,52 - 0,75 = pola hubungan erat
- 0,76 - 1,00 = pola hubungan sangat erat

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya Perusahaan

Sebelum hotel SULAWESI berdiri, tanah dimana hotel SULAWESI saat ini didirikan adalah sebuah bukit yang secara sekilas tidak berprospek sama sekali, sehingga pada waktu bukit tersebut dibeli oleh Bapak Ramli Muhammad (*owner*) harganya relatif cukup murah. Kemudian bukit tersebut diratakan sehingga layak untuk didirikan bangunan di atasnya.

Setelah melalui proses perencanaan yang cukup matang maka dimulailah pembangunan hotel SULAWESI yang melibatkan ratusan orang. Setelah kurang lebih setahun maka berdirilah hotel SULAWESI seperti saat ini, tepatnya di Jalan Letjend. Suprpto No. 48 Jember.

Pada waktu itu jumlah kamar yang ada adalah 40 kamar dengan perincian 2 kamar *Suite*, 8 *Superior*, dan 30 *Standart* ditambah dengan hall utama dan restoran. Mengenai jumlah karyawan tidak banyak mengalami perbedaan yaitu kurang lebih 80 orang.

Awal Maret 1997 adalah *grand opening* hotel SULAWESI dengan diskon 40 % saat itu. Pada perkembangan selanjutnya jumlah kamar yang ada ditambah menjadi 61 kamar dengan perincian 3 kamar *Deluxe*, 2 kamar *Suite*, 26 kamar *Superior*, dan 30 *Standart*. Sedangkan untuk hall disamping hall utama juga ada *small meeting room* dengan kapasitas 20 orang. Diskon sama sekali tidak ada, karena harga yang ditawarkan adalah *netto* semuanya, satu-satunya kebijaksanaan diskon adalah hanya untuk para rohaniawan dari semua agama yaitu sebesar 50% dari harga kamar, sedangkan restoran dikembangkan sedemikian rupa sehingga pelanggan yang datang tidak hanya dari kalangan tamu saja tetapi juga dari luar hotel.

4.1.2. Struktur Organisasi

Salah satu faktor yang sangat penting dalam perusahaan adalah menentukan struktur organisasi. Penentuan struktur organisasi yang tepat dalam arti sesuai dengan perusahaan serta aktivitas usahanya, dengan pembagian tugas dan tanggung jawab yang jelas akan membantu perusahaan untuk menciptakan kerja sama yang baik diantara para karyawan maupun dengan atasan.

Struktur organisasi hotel SULAWESI adalah berbentuk organisasi garis. Dalam bentuk organisasi garis ini kekuasaan dan tanggung jawab terletak pada masing-masing departemen, akan tetapi pimpinan tertinggi masih mempunyai wewenang memberikan instruksi secara langsung terhadap pekerja yang paling bawah artinya bawahan masih mempunyai tanggung jawab kepada atasan secara langsung.

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian adalah sebagai berikut :

- 1) Direktur Utama
 - a. Berhak melakukan pengawasan terhadap direktur serta para bawahan
 - b. Mempunyai wewenang untuk meminta segala informasi yang sejelas-jelasnya mengenai keadaan hotel
- 2) Direktur
 - a. Bertanggung jawab penuh terhadap keberhasilan hotel
 - b. Bertanggung jawab penuh terhadap operasional hotel secara keseluruhan
 - c. Memelihara koordianasi dan pengendalian atas rencana kerja yang telah ditetapkan
 - d. Menentukan dan menetapkan rencana kerja hotel
 - e. Mendelegasikan wewenang kepada masing-masing bagian
- 3) *Duty Manager*
 - a. Mengambil keputusan untuk kepentingan perusahaan
 - b. Mengawasi aktivitas dan operasional hotel
 - c. Mengawasi dan memberi motivasi pada bawahannya agar mekanisme kerja berjalan lancar

4) *Food and Beverage Manager*

- a. Melayani setiap pesanan makanan dan minuman yang dilakukan oleh para tamu hotel
- b. Mengadakan pengawasan terhadap semua penjualan makanan dan minuman hotel
- c. Melakukan pengawasan terhadap setiap pengadaan bahan yang berhubungan dengan makanan dan minuman
- d. Mengkoordinasi para koki dalam hubungannya dengan pengadaan makanan dan minuman di hotel
- e. Mengkoordinasi para *waiters* dalam menyajikan makanan dan minuman kepada para tamu hotel

5) *Front Office*

- a. Bertanggung jawab terhadap penjualan kamar hotel
- b. Menerima atau menolak setiap penjualan kamar hotel
- c. Mencatat semua pesanan tamu kedalam *Guest Registration Book*
- d. Membuat laporan terhadap kamar yang terjual dan tamu-tamu yang akan *chek out*, bekerja sama dengan kasir terhadap hasil penjualan kamar hotel

6) *House Keeping*

- a. Bertanggung jawab terhadap seluruh kegiatan yang menyangkut tentang keindahan, kerapian, kebersihan, kelengkapan, dan kesehatan kamar dimulai dari kamar mandi sampai kamar tidur serta ruangan-ruangan lain di dalam hotel
- b. Membuat laporan mengenai tata graha seluruhnya terutama laporan mengenai situasi kamar kepada direktur

7) *Accounting*

- a. Bertanggung jawab terhadap semua pendapatan hotel yang didapat dari penjualan kamar hotel
- b. Melakukan semua pembayaran yang menjadi tanggungan hotel
- c. Melakukan kontrol terhadap barang-barang yang dibutuhkan oleh semua departemen

d. Membuat anggaran kebutuhan modal kerja yang akan diperlukan dalam kegiatan operasional hotel

8) *Engineering*

- a. Bertanggung jawab terhadap semua fasilitas hotel dalam hal ini yang berhubungan dengan *electrician, carpenter, plumber, dan technician*
- b. Mengadakan perawatan terhadap alat-alat yang dimiliki hotel

9) *Security*

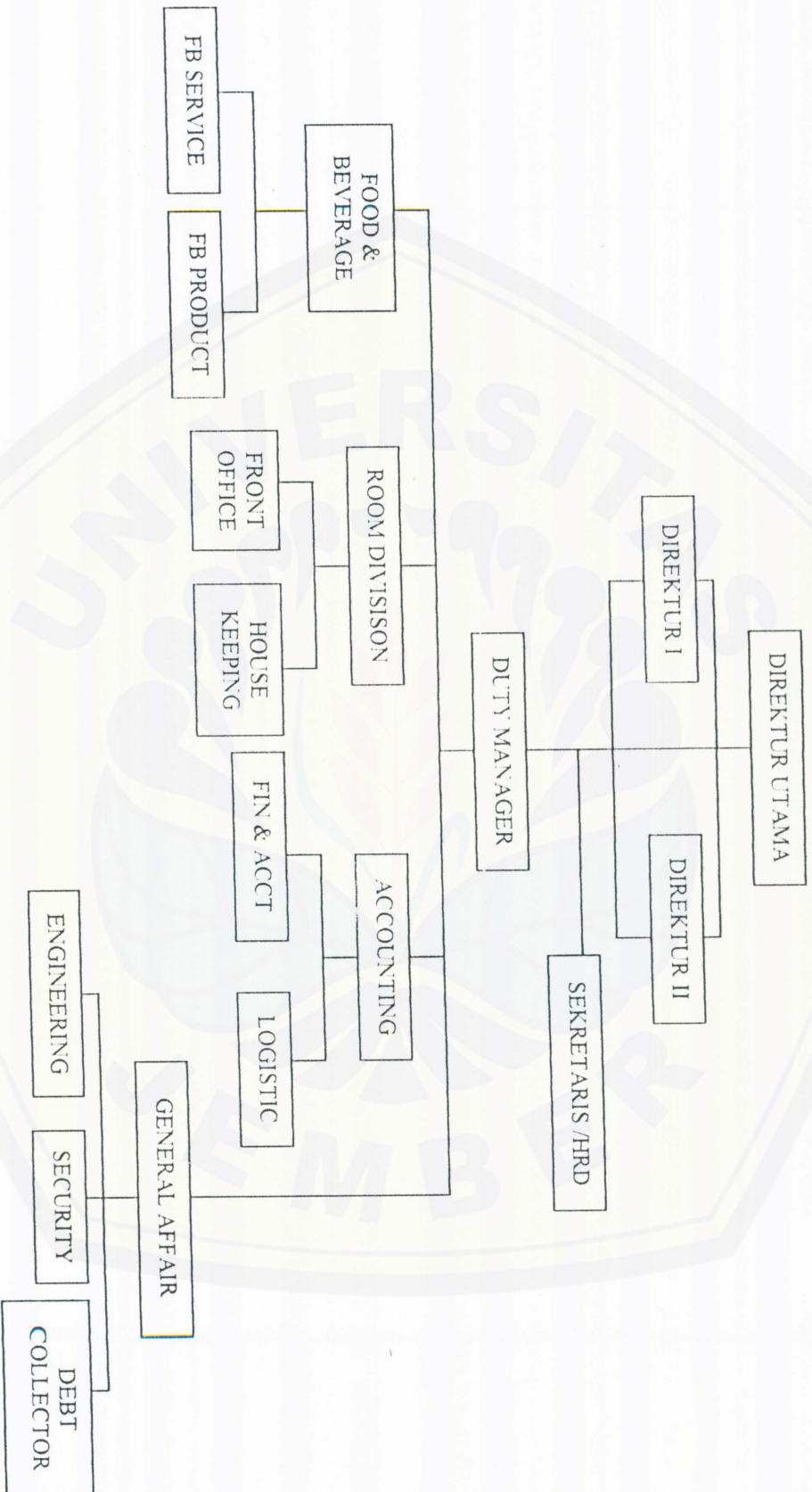
- a. Bertanggung jawab terhadap keamanan dilingkungan hotel
- b. Menangani semua masalah yang berkaitan dengan keselamatan dan keamanan tamu dan karyawan hotel

10) *Debt Collector*

- a. Bertanggung jawab terhadap masalah piutang hotel
- b. Melakukan penagihan terhadap tamu hotel yang berpiutang

Adapun untuk memperoleh gambaran jelas mengenai struktur organisasi hotel SULAWESI dapat dilihat pada gambar 4.1 :

STRUKTUR ORGANISASI HOTEL SULAWESI



4.1.3. Aspek Personalia

A. Jumlah Tenaga Kerja

Untuk mengoperasikan hotel beserta semua fasilitas-fasilitasnya dibutuhkan tenaga kerja yang benar-benar profesional dalam bidangnya, sehingga tujuan manajemen dapat dicapai dengan semaksimal mungkin. Oleh karena tenaga kerja yang digunakan adalah tenaga kerja manusia, sehingga perlu adanya perencanaan, pengorganisasian, pengawasan, dan pengevaluasian yang cermat untuk memotivasi dan memacu semangat kerja yang optimal. Adapun tenaga kerja yang dimiliki oleh hotel SULAWESI adalah kurang lebih 80 orang yang terdiri dari :

- a. Jumlah tenaga kerja pria 55 orang
- b. Jumlah tenaga kerja wanita 25 orang

Jumlah tenaga kerja per departemen secara terperinci terlihat pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1 : Jumlah Karyawan Per Departemen Pada Hotel SULAWESI Jember

NO	KETERANGAN	JUMLAH		
		PRIA	WANITA	JUMLAH
1.	Direktur Utama	1	-	1
2.	Direktur I	1	-	1
3.	Direktur II	1	-	1
4.	Sekretaris	-	1	1
5.	Duty Manager	1	-	1
6.	Food and Beverages	15	10	25
7.	Room Division	12	9	20
8.	Accounting	8	5	13
9.	General Affair	17	-	17
	Jumlah	55	25	80

Sumber data : Hotel SULAWESI Jember, 2001

B. Jam Kerja

Seperti hotel-hotel lain, hotel SULAWESI juga mempergunakan tiga shift dimana pershiftnya adalah 8 jam, yaitu :

- Shift I : 07.00 – 15.00
- Shift II : 15.00 – 23.00
- Shift III : 23.00 – 07.00

Hari libur dan cuti pada hotel SULAWESI ditetapkan dengan ketentuan sebagai berikut :

- Hari Libur

Karyawan yang sudah melewati 6 (enam) hari kerja dalam satu minggu mendapat libur yang sering disebut *day out*, disusun secara bergantian setiap beberapa orang dalam satu *section*, sehingga tidak ada kekosongan karyawan.

- Hari Cuti

Apabila tamu hotel dalam keadaan sepi maka karyawan diperkenankan mengambil cuti, khususnya untuk karyawan yang sudah melewati masa kontrak satu tahun tetapi jika tamu hotel dalam keadaan ramai, permintaan cuti ditiadakan dengan persetujuan kedua belah pihak sehingga karyawan tidak merasa dirugikan.

C. Kualitas Tenaga Kerja

Minimal karyawan hotel SULAWESI adalah SMU atau kejuruan yang sederajat, D1 Pariwisata dan beberapa sarjana untuk posisi-posisi tertentu.

D. Pengembangan Tenaga Kerja

Pengembangan tenaga kerja bagi perusahaan merupakan upaya untuk meningkatkan tingkat kemampuan tenaga kerjanya agar semakin tinggi tingkat profesionalisme dan produktivitasnya didalam bidangnya.

Adapun pengembangan tenaga kerja yang dilakukan oleh hotel SULAWESI adalah dengan cara sebagai berikut :

1) Pelatihan (*training class*)

Yaitu pelaksanaan pelatihan yang umumnya dilaksanakan untuk karyawan baru, bentuknya berupa training tentang komunikasi, etika, dan penampilan, training terhadap supervisor.

2) Training diluar perusahaan

Yaitu dengan pelatihan yang dilaksanakan diluar lingkungan perusahaan, seperti mengikuti seminar-seminar mengenai perhotelan dan pelatihan lainnya dilingkungan luar perusahaan.

E. Upah dan Sistem Penggajian

Sistem penggajian yang berlaku di hotel SULAWESI adalah per bulan dan diberikan setiap awal bulan yang besar kecilnya tergantung dari jabatan masing-masing, dan disesuaikan dengan ketentuan yang ditetapkan pemerintah mengenai upah minimum yang berlaku didaerah setempat. Upah yang diberikan terdiri dari :

- gaji pokok
- tunjangan
- bonus yang diberikan per periodik

E. Kompensasi

Pemberian kompensasi berdasarkan atas evaluasi pekerjaan sehingga pengaturan kompensasi dapat terlaksana dengan baik dan benar. Kompensasi yang didapat adalah :

- Asuransi keselamatan kerja
- Biaya kesehatan (asal ada notanya)
- Bonus (bonus mingguan, bonus bulanan, dan bonus tahunan)
- Tunjangan (tunjangan jabatan dan tunjangan anak)
- Kenaikan gaji yang didasarkan atas tingkat hunian kamar

4.1.4. Aspek Produksi

A. Proses *Check in*

Tamu yang *check in* pada dasarnya dibagi dua, yaitu :

1. Tamu yang *check in* berdasarkan reservasi atau booking terlebih dahulu.

Setelah kita menerima *reservasi* atau bookingan maka langkah selanjutnya adalah mengemblok kamar-kamar yang dipesan itu di *reservation chart* pada tanggal yang diinginkan. Tamu yang booking ini juga dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu :

- a. Tamu dinas, yaitu tamu-tamu yang diboookingkan oleh instansi atau perusahaan tertentu. Pada saat penerimaan reservasi ini, *reception* harus menanyakan tentang pembayarannya (ditanggung perusahaan atau bayar sendiri), jam berapa akan *check in*, berapa lama tinggal, penanggung-jawab atau nomor telepon yang bisa dihubungi dan apabila pemesanan dilakukan dalam jumlah banyak maka harus dimintakan deposit atau uang muka kurang lebih 70% dari total biaya dan apabila terlalu banyak kamar yang dipesan maka diberi batas waktu *check in* yaitu sampai pukul 19.00 BBWI. Kalau pada jam tersebut tidak datang maka kamar akan dijual ke orang lain.
- b. Tamu non dinas, yaitu tamu yang pesan atas kehendak sendiri, dan prosedur yang dipakai dalam penerimaan bookingan tamu dinas juga diterapkan dalam golongan tamu ini.

2. Tamu yang langsung datang untuk *check in*, yaitu tamu yang sifatnya insidental dalam arti mereka *check in* secara langsung tidak melalui pemesanan terlebih dahulu

Pada waktu *check in* maka prosedur-prosedur yang harus dilakukan oleh *reception*, adalah :

- a. Mengucapkan *Greeting*.
- b. Menanyakan kepada tamu tersebut apakah mereka sudah pesan atau belum.
- c. Kalau memang sudah pesan maka harus dilihat dulu apakah mereka bayar sendiri atau dibayari oleh instansi tertentu, kalau memang menurut

reservasi mereka dibayari maka cukup kita minta tanda pengenal saja, tetapi kalau tidak, maka disamping tanda pengenal harus juga diminta deposit atau uang mukanya.

- d. Untuk tamu yang belum pesan maka juga harus kita minta deposit atau uang muka dan tanda pengenalnya.
- e. Menanyakan kepada tamu berapa lama mereka akan tinggal.
- f. Membuatkan kupon *breakfast*.
- g. Tamu harus menanda tangani buku registrasi.
- h. Setelah tamu masuk kamar, maka langkah selanjutnya semua departemen harus diberitahu dan *reception* membuat *bill* atau kuitansi rekening kamar.
- i. Untuk selanjutnya *bill* dan tanda pengenal serta formulir registrasi dijadikan satu.

B. Proses *Check out*

Pada waktu *check out* maka prosedur-prosedur yang harus dilakukan oleh *reception* dan kasir adalah :

- a. Mengecek kamar apakah ada snack atau fasilitas minibar yang dikonsumsi, disamping juga mengecek peralatan-peralatan kamar.
- b. Menagihkan semua transaksi yang ada.
- c. Kalau tamu yang *check out* tersebut adalah tamu yang dibayari, maka cukup kita minta tanda tangan saja.

C. Produk yang dihasilkan

Hasil produksi di hotel SULAWESI dapat dibedakan menjadi dua antara lain :

1. Produk Utama

Produk utama hotel SULAWESI sebagai perusahaan jasa adalah jasa penyewaan kamar beserta segala fasilitas yang disediakan. Adapun jenis kamar yang disediakan di hotel SULAWESI adalah sebagai berikut :

Tabel 4.2 : Jenis dan Kapasitas Kamar Hotel SULAWESI

No	Jenis Kamar	Kapasitas Maksimal	Jumlah Kamar
1	Standart	2 orang	30 unit
2	Superior	2 orang	26 unit
3	Deluxe	2 orang	3 unit
4	Suite	2 orang	2 unit

Sumber data : hotel SULAWESI Jember, 2001

Apabila tempat tidur yang ada tidak atau kurang mencukupi pihak hotel *extra bed* untuk para tamu.

2. Produk Sampingan

Produk sampingan yang tersedia adalah berupa :

- a. Coffee Shop Gorontalo
- b. Faximile
- c. Program TV lokal dan parabola
- d. Video Movie (action, classic, romantic movie)
- e. Electronic Draft Capture (mesin kartu kredit)
- f. Telepon lokal, interlokal, dan internasional
- g. Lobby untuk bersantai
- h. Breakfast yang harganya sudah termasuk harga kamar
- i. Laundry service
- j. Area parkir yang luas dan aman dengan penjagaan 24 jam
- k. Small meeting room dan Hall yang mewah
- l. Jasa morning call untuk tamu yang ingin dibangunkan pada jam yang di kehendaki oleh tamu

4.1.5. Aspek Pemasaran

A. Daerah Pemasaran dan Harga Jual

Konsumen hotel SULAWESI tidak terbatas hanya pada tamu domestik te tapi juga tamu yang berasal dari mancanegara. Untuk meningkatkan jumlah konsumen dimasa yang akan datang, hotel SULAWESI mengadakan kerjasama

dengan beberapa biro perjalanan. Selain itu juga dilakukan promosi untuk lebih mengenalkan hotel SULAWESI kepada para konsumen.

Adapun bentuk-bentuk promosi yang dilakukan adalah melalui :

- 1) Media cetak
- 2) Mendirikan gapura bertuliskan hotel SULAWESI disepanjang *double way* jalan Gajah Mada Jember
- 3) Mendirikan papan reklame disetiap jalan akan memasuki kota Jember
- 4) Radio
- 5) Penyebaran kartu nama setiap kali ada tamu dengan harapan informasi tentang keberadaan hotel SULAWESI akan tersebar dari mulut ke mulut

Penetapan tarif kamar pada hotel SULAWESI berdasarkan pada jenis dan fasilitas yang disediakan, dimana tarif tersebut sudah termasuk pajak dan biaya pelayanan seperti dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4.3 : Daftar Tarif Kamar Hotel SULAWESI (dalam rupiah)

Type	Single Double	
	Satu orang	Dua orang
Standart	85.000	90.000
Superior	110.000	115.000
Deluxe	140.000	150.000
Suite	170.000	180.000
Extra Bed	30.000	

Sumber data : Hotel SULAWESI Jember 2001

B. Tingkat Hunian Kamar

Tingkat hunian kamar merupakan jumlah seluruh kamar yang dihuni oleh para tamu selama satu tahun. Jumlah kamar hotel SULAWESI adalah 61 kamar, jadi tingkat hunian maksimal adalah 22.265. adapun tingkat hunian kamar pada hotel SULAWESI per semester selama 4 tahun adalah sebagai berikut :

Tabel 4.4 : Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel SULAWESI

Tahun	Keterangan	Tingkat Hunian (unit)	Tingkat Hunian (%)
1997	4 bulan I	4200	87,5
	Semester II	6117	84,96
1998	Semester I	6987	97,04
	Semester II	10161	91,27
1999	Semester I	10315	92,66
	Semester II	10514	94,44
2000	Semester I	11019	98,98
	Semester II	10927	98,15

Sumber data : Hotel SULAWESI Jember, 2001

4.2 Analisa Data

4.2.1 Karakteristik Demografis dan Kepribadian Responden

Suatu perusahaan biasanya tertarik untuk mengetahui apakah konsumen yang mengkonsumsi barang yang dihasilkan itu berbeda secara demografis. Hal tersebut sangat penting artinya, sebab apabila karakteristik konsumen dapat dibedakan, maka program lebih mudah untuk dikembangkan guna menarik lebih banyak konsumen yang diharapkan.

Selain itu dengan mengetahui siapa sebenarnya konsumen dari produk yang dihasilkan oleh suatu perusahaan, akan membantu perusahaan tersebut dalam melakukan segmentasi pasar. Berdasarkan hal tersebut, perlu kiranya bagi hotel SULAWESI untuk mengetahui karakteristik tamu yang menginap di hotel. Adapun karakteristik tamu yang menginap di hotel SULAWESI adalah sebagai berikut :

A. Data Jenis Kelamin Responden

Disini jenis kelamin dari para responden sudah jelas dibagi menjadi dua yaitu laki-laki dan perempuan yang dijelaskan dalam tabel dibawah ini :

Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
1	Laki-laki	79	63,2
2	Perempuan	51	36,8
Jumlah		125	100

Sumber Data : Hasil Pengolahan Kuisisioner Maret 2001, Jember

Dari tabel tersebut ternyata tamu yang menginap di hotel SULAWESI Jember lebih banyak jumlah tamu laki-laki yaitu sebesar 63,2% daripada tamu perempuan yang sebesar 36,8%.

B. Data Usia Responden

Tingkat usia dari para tamu yang menginap di hotel SULAWESI sangat beragam, oleh karena itu perlu diketahui frekuensi dan persentase tingkat usia dari keseluruhan tamu yang menginap, hal ini bertujuan untuk menetapkan kebijaksanaan yang sesuai dengan usia dari tamu yang menginap. Untuk mengetahui tingkatan usia dari tamu hotel SULAWESI dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.6 Usia Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	0-25 tahun	12	9,6
2	26-35 tahun	20	16
3	36-45 tahun	43	34,4
4	46-55 tahun	37	29,6
5	Diatas 56 tahun	13	10,4
Jumlah		125	100

Sumber Data : Hasil Pengolahan Kuisisioner Maret 2001, Jember

Berdasarkan tabel diatas, ternyata tamu yang menginap di hotel SULAWESI adalah tamu yang berusia antara 36 sampai dengan 45 tahun yaitu sebesar 34,4%, kemudian secara berurutan tamu yang berusia antara 46 sampai dengan 55 tahun (29,6%), usia diatas 56 tahun (10,4%), usia antara 26 sampai dengan 35 tahun (16%), dan terakhir usia dibawah 25 tahun (9,6%).

C. Status Sosial Responden

Seseorang yang sudah menikah atau sudah mempunyai pasangan hidup mempunyai kepentingan yang berbeda dengan seseorang yang belum menikah. Untuk itu perlu diketahui sampai seberapa besar perbedaan antara tamu yang hotel yang belum menikah dengan tamu hotel yang sudah menikah, seperti dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.7 Status Sosial Responden

No	Status Sosial	Frekuensi	Persentase(%)
1	Kawin	94	75,2
2	Belum Kawin	31	24,8
Jumlah		125	100

Sumber Data : Hasil Pengolahan Kuisisioner Maret 2001, Jember

Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa tamu hotel SULAWESI yang menginap sebagian besar berstatus sudah menikah yaitu sebesar 75,2% dan sisanya sebesar 24,8% belum menikah.

D. Data Tingkat Pendidikan Responden

Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang maka tingkat pengetahuan dan wawasannya semakin luas, hal ini tentu saja akan berpengaruh terhadap perilaku dan juga tingkat kebutuhan orang tersebut terhadap barang dan jasa. Berdasarkan kenyataan yang demikian, maka perlu diketahui tingkat pendidikan dari para tamu hotel SULAWESI seperti pada tabel berikut :

Tabel 4.8 Data Tingkat Pendidikan Responden

No	Usia	Frekuensi	Persentase (%)
1	SD	0	0
2	SLTP	0	0
3	SLTA	18	14,4
4	Perguruan Tinggi	107	85,6
Jumlah		125	100

Sumber Data : Hasil Pengolahan Kuisisioner Maret 2001, Jember

Dari tabel diatas dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan sebagian besar tamu hotel SULAWESI adalah lulusan Perguruan Tinggi yaitu sebesar 85,6%, dan sisanya sebesar 14,4% adalah lulusan SLTA.

E. Jenis Pekerjaan Responden

Jenis pekerjaan atau profesi dari para pengunjung hotel SULAWESI perlu untuk diketahui, sebab hal tersebut akan sangat membantu pihak manajemen hotel dalam melihat atau menetapkan kebijaksanaan-kebijaksanaan yang sesuai dengan

jenis pekerjaan atau profesi pengunjung hotel. Untuk lebih jelasnya, data tentang mengenai jenis pekerjaan tamu hotel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.9 Jenis Pekerjaan Responden

No	Jenis Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Pelajar/Mahasiswa	12	9,6
2	Ibu rumah tangga	10	8
3	Pegawai negeri	31	24,8
4	Pegawai swasta	65	52
5	Pensiunan	7	5,6
Jumlah		125	100

Sumber Data : Hasil Pengolahan Kuisisioner Maret 2001, Jember

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwasannya tamu yang menginap di hotel SULAWESI sebagian besar adalah pegawai swasta sejumlah 52%, dan kemudian secara berurutan adalah pegawai negeri, pelajar/mahasiswa, ibu rumah tangga dan pensiunan yang masing-masing sebesar 24,8%, 9,6%, 8%, dan 5,6%.

F. Status Kewarganegaraan Responden

Status kewarganegaraan dari para pengunjung hotel sangat perlu untuk diketahui oleh pihak hotel, dalam hal ini berkaitan dengan penentuan kebijaksanaan dan strategi pemasaran pihak manajemen hotel. Data tentang status kewarganegaraan pengunjung hotel SULAWESI dapat dilihat dalam tabel berikut:

Tabel 4.10 Status Kewarganegaraan Responden

No	Kewarganegaraan	Frekuensi	Persentase (%)
1	Indonesia	98	78,4
2	Belanda	0	0
3	Jerman	8	6,4
4	Inggris	15	12
5	Lain-lain	4	3,2
Jumlah		125	100

Sumber Data : Hasil Pengolahan Kuisisioner Maret 2001, Jember

4.2.2 Analisa Kebutuhan

Kebutuhan konsumen terdiri dari arah (*direction*) dan intensitas. Arah menunjukkan apa yang sebenarnya dibutuhkan konsumen sedangkan intensitas menunjukkan bobot pentingnya tiap-tiap kebutuhan tersebut bagi konsumen. Berdasarkan data yang diperoleh dari kuisioner yang dibagikan dapat dilakukan analisis kebutuhan konsumen. Langkah pertama yaitu menentukan faktor mana yang sangat penting dan menjadi pertimbangan bagi konsumen dalam keputusannya menginap dihotel SULAWESI. Adapun faktor-faktor tersebut antara lain :

- a. Tarif
- b. Service
- c. Fasilitas
- d. Lokasi

Selanjutnya keempat faktor tersebut diajukan dalam daftar kuisioner dan responden diminta untuk memberikan prioritas pada masing-masing faktor, sebab tidak mungkin untuk menempatkan semua faktor pada prioritas pertama. Hal ini dilakukan untuk mengetahui faktor mana yang dianggap penting dan faktor mana yang kurang penting. Setelah itu melalui skala prioritas akan dihasilkan susunan faktor menurut tingkat kepentingannya seperti pada tabel berikut :

4.11 Skala Prioritas Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan

Konsumen

No	Skor	4	3	2	1	Total	Prioritas
	Faktor	1*	2	3	4		
1	Tarif	10	25	27	63	125	IV
		40**	75	54	63	232***	
2	Fasilitas	53	29	30	13	125	I
		212	87	60	13	372	
3	Servis	20	38	38	29	125	III
		80	114	76	29	299	
4	Lokasi	42	33	30	20	125	II
		168	99	60	20	347	

Sumber Data : Hasil Pengolahan Kuisioner Maret 2001, Jember

Keterangan :

* Menunjukkan prioritas pertama

** Diperoleh dari 10×4

*** Diperoleh dari $40 + 75 + 54 + 63$

Hasil dari skala prioritas terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen hotel SULAWESI adalah sebagai berikut :

1. Prioritas pertama adalah fasilitas

Fasilitas yang disediakan oleh hotel SULAWESI seperti kamar hotel, restoran, ruang *lobby*, area parkir yang luas, dan fasilitas-fasilitas penunjang lainnya merupakan faktor yang menjadi prioritas utama yang dipertimbangkan oleh konsumen untuk menginap di hotel SULAWESI.

2. Prioritas kedua adalah lokasi

Lokasi dari hotel SULAWESI yang berada tidak jauh dari pusat kota dan mudah dijangkau baik dengan kendaraan pribadi maupun angkutan umum merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan oleh konsumen untuk menginap di hotel SULAWESI. Hal tersebut penting karena lokasi yang mudah dijangkau akan memudahkan konsumen untuk menemukan hotel SULAWESI.

3. Prioritas Ketiga adalah Servis

Pelayanan dan keramahan dari para karyawan hotel menjadi prioritas ketiga yang dipertimbangkan konsumen dalam memutuskan untuk menginap di hotel SULAWESI. Hal ini dikarenakan para konsumen pada umumnya akan merasa betah tinggal di suatu tempat dengan suasana yang menyenangkan.

4. Prioritas Keempat adalah Tarif

Tarif yang ditetapkan oleh pihak hotel kurang begitu dipertimbangkan oleh konsumen dalam keputusannya untuk menginap. Hal ini dikarenakan konsumen lebih mempertimbangkan fasilitas dan servis yang ditawarkan oleh pihak hotel guna kepuasan mereka.

4.2.3 Analisa Chi Square

4.2.3.1 Uji Independen antara jenis kelamin dengan pemilihan faktor prioritas yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen

Langkah pertama dalam uji independen dengan analisis chi square adalah menghitung frekuensi teoritis (*expected frequency*) dari masing-masing karakteristik demografi tamu hotel untuk masing-masing faktor prioritas berdasarkan jenis kelamin pada hotel SULAWESI. Data yang diperoleh dari hasil jawaban responden pada kuisioner yang diberikan dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.12 Frekuensi Data Faktor Prioritas dan Jenis Kelamin Konsumen

No	Jenis Faktor	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-laki	Perempuan	
1	Tarif Hotel	4	6	10
		6,32	3,69	
2	Fasilitas	39	14	53
		33,49	19,5	
3	Servis	9	11	20
		12,64	7,36	
4	Lokasi	27	15	42
		26,54	15,46	
Jumlah		79	46	125

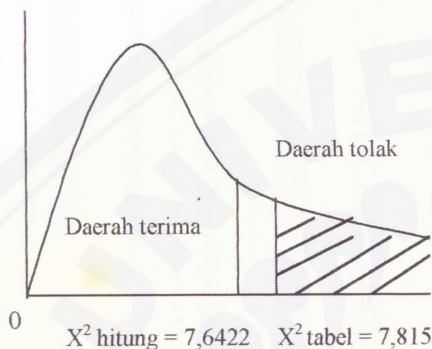
Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan data-data dalam tabel tersebut dapat diketahui *Chi Square* hasil perhitungan yaitu sebesar 7,6422 (lampiran 3). Derajat kebebasan untuk tabel 4.11 adalah $(4-1)(2-1) = 3$, dan dengan $\alpha = 0,05$ maka dari tabel distribusi *Chi Square* dapat diketahui nilai X^2 tabel sebesar 7,815.

Selanjutnya ditentukan hipotesa untuk melihat ada tidaknya hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi konsumen dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan oleh tamu hotel dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI. Adapun pengujian hipotesa yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_0 = Diduga tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel

H_a = Diduga ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel



Gambar Kurva *Chi Square*

Dari hasil analisis serta pengujian hipotesa yang telah dilakukan dapat dilihat seperti dalam gambar diatas bahwa $X^2_{tabel} > X^2_{hitung}$ ($7,815 > 7,6422$), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap tamu hotel, karena tidak terdapat hubungan maka tidak perlu dilakukan uji koefisien kontingensi.

4.2.3.2 Uji Independen antara tingkat usia dengan pemilihan faktor prioritas yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen

Langkah pertama dalam uji independen dengan analisis chi square adalah menghitung frekuensi teoritis (*expected frequency*) dari masing-masing karakteristik demografi tamu hotel untuk masing-masing faktor prioritas berdasarkan tingkat usia pada hotel SULAWESI. Data yang diperoleh dari hasil jawaban responden pada kuisioner yang diberikan dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.13 Frekuensi Data Faktor Prioritas dan Tingkat Usia Konsumen

No	Jenis Faktor	Tingkat Usia					Jumlah
		≤ 25	26-35	36-45	46-55	≥ 56	
1	Tarif Hotel	3	2	5	0	0	10
		0,96	1,6	3,44	2,96	1,04	
2	Fasilitas	3	10	14	18	8	53
		5,09	8,48	18,23	5,61	5,51	
3	Servis	3	2	6	8	1	20
		1,92	3,2	6,88	5,92	2,08	
4	Lokasi	3	6	18	11	4	42
		4,03	6,72	14,45	12,43	4,37	
Jumlah		12	20	43	37	13	125

Sumber : Lampiran 4

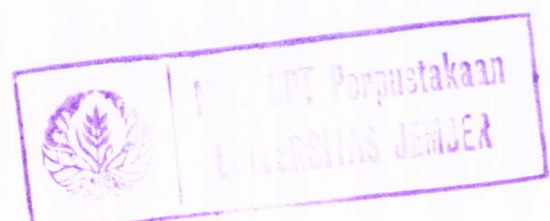
Sebagaimana ketentuan yang disyaratkan dalam analisis *Chi Square*, bahwa frekuensi dalam tabel tidak boleh kurang dari satu, maka tabel diatas tidak memenuhi persyaratan dan oleh karenanya perlu dilakukan penggabungan atau pengelompokan kolom seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.14 Frekuensi Data Faktor Prioritas dan Tingkat Usia Konsumen

No	Jenis Faktor	Tingkat Usia			Jumlah
		≤25	26-35	≥36	
1	Tarif Hotel	3	2	5	10
		0,96	1,6	7,44	
2	Fasilitas	3	10	40	53
		5,09	8,48	39,43	
3	Servis	3	2	15	20
		1,92	3,2	14,88	
4	Lokasi	3	6	33	42
		4,032	67,2	31,25	
Jumlah		12	20	93	125

Sumber : Lampiran 4

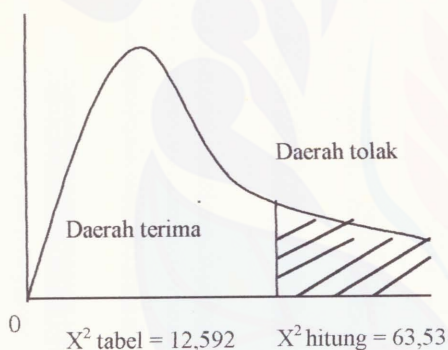
Berdasarkan data-data dalam tabel tersebut dapat diketahui *Chi Square* hasil perhitungan yaitu sebesar 63,5304 (lampiran 4). Derajat kebebasan untuk tabel 4.14 adalah $(4-1)(3-1) = 6$, dan dengan $\alpha = 0,05$ maka dari tabel distribusi *Chi Square* dapat diketahui nilai X^2 tabel sebesar 12,592.



Selanjutnya ditentukan hipotesa untuk melihat ada tidaknya hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi konsumen dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan oleh tamu hotel dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI. Adapun pengujian hipotesa yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_0 = Diduga tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel

H_a = Diduga ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel



Gambar Kurva *Chi Square*

Dari hasil analisis serta pengujian hipotesa yang telah dilakukan dapat dilihat seperti dalam gambar diatas bahwa X^2 hitung $>$ X^2 tabel ($63,5304 > 12,592$), sehingga H_0 ditolak, dan H_a diterima artinya ada hubungan yang signifikan antara tingkat usia tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap tamu hotel.

Kemudian untuk mengetahui tinggi rendahnya hubungan dicari dengan menggunakan rumus Koefisien Kontingensi sebagai berikut :

$$KK = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

dimana :

KK = Koefisien Kontingensi

N = Jumlah Sampel

X^2 = Chi Square

Dengan demikian dapat diketahui nilai Koefisien Kontingensinya sebesar :

$$KK = \sqrt{\frac{63,5304}{63,5304 + 125}} = 0,58$$

Hasil perhitungan Koefisien Kontingensi sebesar 0,58 berada diantara nilai Koefisien Kontingensi antara 0,51-0,75 yang dikategorikan dalam tingkat hubungan erat. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara tingkat usia tamu hotel SULAWESI dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel dengan tingkat hubungan erat.

4.2.3.3 Uji Independen antara status sosial dengan pemilihan faktor prioritas yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen

Langkah pertama dalam uji independen dengan analisis chi square adalah menghitung frekuensi teoritis (*expected frequency*) dari masing-masing karakteristik demografi tamu hotel untuk masing-masing faktor prioritas berdasarkan status sosial pada hotel SULAWESI. Data yang diperoleh dari hasil jawaban responden pada kuisioner yang diberikan dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.15 Frekuensi Data Faktor Prioritas dan Status Sosial Konsumen

No	Jenis Faktor	Status Sosial		Jumlah
		Belum Kawin	Kawin	
1	Tarif Hotel	4	6	10
		2,48	7,52	
2	Fasilitas	11	42	53
		13,14	39,86	
3	Servis	8	2	20
		4,96	15,04	
4	Lokasi	8	34	42
		10,42	31,58	
Jumlah		31	94	125

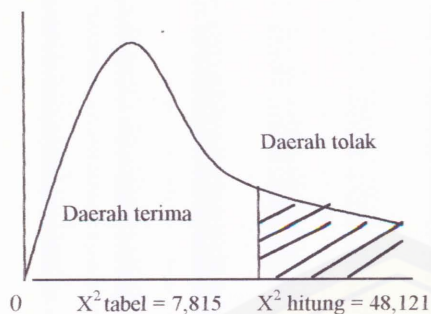
Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan data-data dalam tabel tersebut dapat diketahui *Chi Square* hasil perhitungan yaitu sebesar 48,1210 (lampiran 5). Derajat kebebasan untuk tabel 4.15 adalah $(4-1)(2-1) = 3$, dan dengan $\alpha = 0,05$ maka dari tabel distribusi *Chi Square* dapat diketahui nilai X^2 tabel sebesar 7,815.

Selanjutnya ditentukan hipotesa untuk melihat ada tidaknya hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi konsumen dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan oleh tamu hotel dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI. Adapun pengujian hipotesa yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_0 = Diduga tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel

H_a = Diduga ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel

Gambar Kurva *Chi Square*

Dari hasil analisis serta pengujian hipotesa yang telah dilakukan dapat dilihat seperti dalam gambar diatas bahwa X^2 hitung $>$ X^2 tabel ($48,121 > 7,815$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara status sosial tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap tamu hotel.

Kemudian untuk mengetahui tinggi rendahnya hubungan dicari dengan menggunakan rumus Koefisien Kontingensi sebagai berikut :

$$KK = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

dimana :

KK = Koefisien Kontingensi

N = Jumlah Sampel

X^2 = Chi Square

Dengan demikian dapat diketahui nilai Koefisien Kontingensinya sebesar :

$$KK = \sqrt{\frac{48,121}{48,121 + 125}} = 0,53$$

Hasil perhitungan Koefisien Kontingensi sebesar 0,53 berada diantara nilai Koefisien Kontingensi antara 0,51-0,75 yang dikategorikan dalam tingkat hubungan erat. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara status sosial tamu hotel SULAWESI dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel dengan tingkat hubungan erat.

4.2.3.4 Uji Independen antara tingkat pendidikan dengan pemilihan faktor prioritas yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen

Langkah pertama dalam uji independen dengan analisis chi square adalah menghitung frekuensi teoritis (*expected frequency*) dari masing-masing karakteristik demografi tamu hotel untuk masing-masing faktor prioritas berdasarkan tingkat pendidikan pada hotel SULAWESI. Data yang diperoleh dari hasil jawaban responden pada kuisioner yang diberikan dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.16 Frekuensi Data Faktor Prioritas dan Tingkat Pendidikan Konsumen

No	Jenis Faktor	Tingkat Pendidikan		Jumlah
		SD-SMA	Perguruan Tinggi	
1	Tarif Hotel	4	6	10
		1,44	0,09	
2	Fasilitas	8	45	53
		7,63	45,37	
3	Servis	1	19	20
		2,88	17,12	
4	Lokasi	5	37	42
		6,05	35,93	
Jumlah		18	107	125

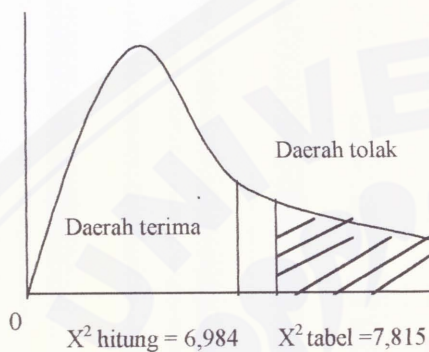
Sumber : Lampiran 6

Berdasarkan data-data dalam tabel tersebut dapat diketahui *Chi Square* hasil perhitungan yaitu sebesar 6,9842 (lampiran 6). Derajat kebebasan untuk tabel 4.16 adalah $(4-1)(2-1) = 3$, dan dengan $\alpha = 0,05$ maka dari tabel distribusi *Chi Square* dapat diketahui nilai X^2 tabel sebesar 7,815.

Selanjutnya ditentukan hipotesa untuk melihat ada tidaknya hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi konsumen dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan oleh tamu hotel dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI. Adapun pengujian hipotesa yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_0 = Diduga tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel

H_a = Diduga ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel



Gambar Kurva *Chi Square*

Dari hasil analisis serta pengujian hipotesa yang telah dilakukan dapat dilihat seperti dalam gambar diatas bahwa $X^2 \text{ hitung} < X^2 \text{ tabel}$ ($6,984 < 7,815$), sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap tamu hotel, karena tidak ada hubungan maka tidak perlu dilakukan penghitungan koefisien kontingensi.

4.2.3.5 Uji Independen antara jenis pekerjaan dengan pemilihan faktor prioritas yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen

Langkah pertama dalam uji independen dengan analisis chi square adalah menghitung frekuensi teoritis (*expected frequency*) dari masing-masing karakteristik demografi tamu hotel untuk masing-masing faktor prioritas berdasarkan jenis pekerjaan pada hotel SULAWESI. Data yang diperoleh dari hasil jawaban responden pada kuisisioner yang diberikan dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 4.17 Frekuensi Data Faktor Prioritas dan Jenis Pekerjaan Konsumen

No	Jenis Faktor	Jenis Pekerjaan					Jumlah
		Pelajar	Ibu RT	Pegawai Negeri	Pegawai Swasta	Pensiunan	
1	Tarif Hotel	2	4	1	3	0	10
		0,96	0,8	2,48	5,2	0,56	
2	Fasilitas	6	2	6	34	5	53
		5,09	4,24	13,14	27,56	2,97	
3	Servis	2	3	9	6	0	20
		1,92	1,6	4,96	10,4	1,12	
4	Lokasi	2	1	15	22	2	42
		4,03	3,36	10,42	21,84	2,35	
Jumlah		12	10	31	65	7	125

Sumber : Lampiran 7

Sebagaimana ketentuan yang disyaratkan dalam analisis *Chi Square*, bahwa frekuensi dalam tabel tidak boleh kurang dari satu, maka tabel diatas tidak memenuhi persyaratan dan oleh karenanya perlu dilakukan penggabungan atau pengelompokan kolom seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.18 Frekuensi Data Faktor Prioritas dan Jenis Pekerjaan Konsumen

No	Jenis Faktor	Jenis Pekerjaan		Jumlah
		Belum Bekerja	Bekerja	
1	Tarif Hotel	6	4	10
		2,32	7,68	
2	Fasilitas	13	40	53
		12,29	40,7	
3	Servis	5	15	20
		4,64	15,36	
4	Lokasi	5	37	42
		9,74	32,26	
Jumlah		29	96	125

Sumber : Lampiran 7

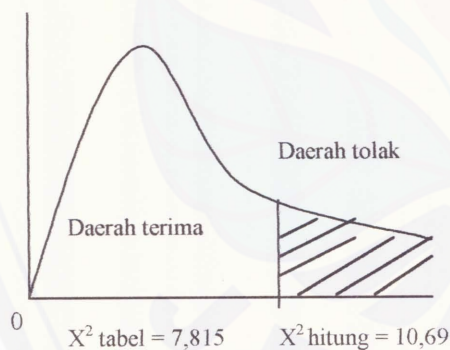
Berdasarkan data-data dalam tabel tersebut dapat diketahui *Chi Square* hasil perhitungan yaitu sebesar 10,6932 (lampiran 7). Derajat kebebasan untuk tabel 4.17 adalah $(4-1)(2-1) = 3$, dan dengan $\alpha = 0,05$ maka dari tabel distribusi *Chi Square* dapat diketahui nilai X^2 tabel sebesar 7,815.

Berdasarkan data-data dalam tabel tersebut dapat diketahui *Chi Square* hasil perhitungan yaitu sebesar 10,6932 (lampiran 7). Derajat kebebasan untuk tabel 4.17 adalah $(4-1)(2-1) = 3$, dan dengan $\alpha = 0,05$ maka dari tabel distribusi *Chi Square* dapat diketahui nilai X^2 tabel sebesar 7,815.

Selanjutnya ditentukan hipotesa untuk melihat ada tidaknya hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi konsumen dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan oleh tamu hotel dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI. Adapun pengujian hipotesa yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_0 = Diduga tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel

H_a = Diduga ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel



Gambar Kurva *Chi Square*

Dari hasil analisis serta pengujian hipotesa yang telah dilakukan dapat dilihat seperti dalam gambar diatas bahwa $X^2 \text{ hitung} > X^2 \text{ tabel}$ ($10,6932 > 7,815$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara status sosial tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap tamu hotel.

$$KK = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

dimana :

KK = Koefisien Kontingensi

N = Jumlah Sampel

X^2 = Chi Square

Dengan demikian dapat diketahui nilai Koefisien Kontingensinya sebesar :

$$KK = \sqrt{\frac{10,6932}{10,6932 + 125}} = 0,28$$

Hasil perhitungan Koefisien Kontingensi sebesar 0,28 berada diantara nilai Koefisien Kontingensi antara 0,26-0,50 yang dikategorikan dalam tingkat hubungan agak erat. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan tamu hotel SULAWESI dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel dengan tingkat hubungan agak erat.

4.2.3.6 Uji Independen antara status kewarganegaraan dengan pemilihan faktor prioritas yang mempengaruhi keputusan menginap konsumen

Langkah pertama dalam uji independen dengan analisis chi square adalah menghitung frekuensi teoritis (*expected frequency*) dari masing-masing karakteristik demografi tamu hotel untuk masing-masing faktor prioritas berdasarkan status kewarganegaraan pada hotel SULAWESI. Data yang diperoleh dari hasil jawaban responden pada kuisisioner yang diberikan dapat dijelaskan dalam tabel sebagai berikut :

**Tabel 4.18 Frekuensi Data Faktor Prioritas dan Status Kewarganegaraan
Konsumen**

No	Jenis Faktor	Status Kewarganegaraan					Jumlah
		INA	Belanda	Jerman	Inggris	Lain-lain	
1	Tarif Hotel	9	0	0	1	0	10
		7,48		0,64	1,2	0,32	
2	Fasilitas	45	0	3	5	0	53
		41,55		3,39	6,36	1,696	
3	Servis	19	0	0	1	0	20
		15,68		1,28	2,4	0,64	
4	Lokasi	25	0	5	8	4	42
		32,93		2,69	5,04	1,34	
Jumlah		98	0	8	15	4	125

Sumber : Lampiran 8

Sebagaimana ketentuan yang disyaratkan dalam analisis *Chi Square*, bahwa frekuensi dalam tabel tidak boleh kurang dari satu, maka tabel diatas tidak memenuhi persyaratan dan oleh karenanya perlu dilakukan penggabungan atau pengelompokan kolom seperti pada tabel dibawah ini :

**Tabel 4.19 Frekuensi Data Faktor Prioritas dan Status Kewarganegaraan
Konsumen**

No	Jenis Faktor	Status Kewarganegaraan		Jumlah
		Lokal	Asing	
1	Tarif Hotel	9	1	10
		7,84	2,16	
2	Fasilitas	45	8	53
		41,55	11,15	
3	Servis	19	1	20
		15,68	4,32	
4	Lokasi	25	17	42
		52,93	9,07	
Jumlah		98	27	125

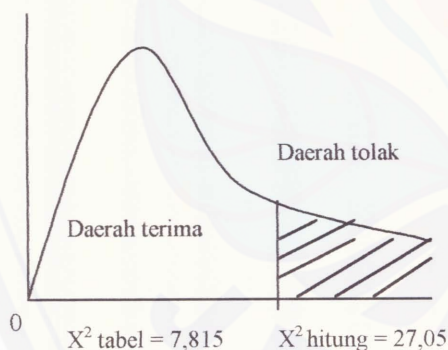
Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan data-data dalam tabel tersebut dapat diketahui *Chi Square* hasil perhitungan yaitu sebesar 27,0464 (lampiran 8). Derajat kebebasan untuk tabel 4.17 adalah $(4-1)(2-1) = 3$, dan dengan $\alpha = 0,05$ maka dari tabel distribusi *Chi Square* dapat diketahui nilai X^2 tabel sebesar 7,815.

Selanjutnya ditentukan hipotesa untuk melihat ada tidaknya hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi konsumen dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan oleh tamu hotel dalam hubungannya dengan pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI. Adapun pengujian hipotesa yang digunakan adalah sebagai berikut :

H_0 = Diduga tidak ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel

H_a = Diduga ada hubungan yang signifikan antara karakteristik demografi tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel



Gambar Kurva *Chi Square*

Dari hasil analisis serta pengujian hipotesa yang telah dilakukan dapat dilihat seperti dalam gambar diatas bahwa $X^2 \text{ hitung} > X^2 \text{ tabel}$ ($27,0464 > 7,815$), sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya ada hubungan yang signifikan antara status kewarganegaraan tamu hotel dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap tamu hotel.

Kemudian untuk mengetahui tinggi rendahnya hubungan dicari dengan menggunakan rumus Koefisien Kontingensi sebagai berikut :

$$KK = \sqrt{\frac{X^2}{X^2 + N}}$$

dimana :

KK = Koefisien Kontingensi

N = Jumlah Sampel

X^2 = Chi Square

Dengan demikian dapat diketahui nilai Koefisien Kontingensinya sebesar :

$$KK = \sqrt{\frac{27,0464}{27,0464 + 125}} = 0,42$$

Hasil perhitungan Koefisien Kontingensi sebesar 0,42 berada diantara nilai Koefisien Kontingensi antara 0,26-0,50 yang dikategorikan dalam tingkat hubungan agak erat. Dari uraian tersebut dapat disimpulkan bahwa ada hubungan yang signifikan antara status kewarganegaraan tamu hotel SULAWESI dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas dalam pengambilan keputusan menginap oleh tamu hotel dengan tingkat hubungan agak erat.

V. KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan disini merupakan gambaran apakah kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dalam kaitannya dengan optimalisasi volume penjualan sudah mengenai sasaran atau belum, sehingga akan dapat diketahui variabel-variabel mana yang patut dikembangkan lebih lanjut oleh perusahaan.

Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- 1) Berdasarkan hasil analisa deskriptif dapat diketahui bahwa karakteristik demografi konsumen hotel SULAWESI adalah :
 - a. Berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa tamu laki-laki lebih banyak dari tamu perempuan yaitu sebesar 63,2%.
 - b. Berdasarkan tingkat usia diketahui bahwa tamu yang berusia antara 36-45 tahun paling banyak yaitu sebesar 34,4%.
 - c. Berdasarkan status sosial diketahui bahwa tamu yang sudah kawin lebih banyak dari tamu yang masih belum kawin yaitu sebesar 75,2%.
 - d. Berdasarkan tingkat pendidikan diketahui bahwa sebagian besar tamu adalah lulusan perguruan tinggi yaitu sebesar 85,6%.
 - e. Berdasarkan jenis pekerjaan diketahui bahwa tamu dengan pekerjaan sebagai pegawai swasta paling banyak yaitu sebesar 52%.
 - f. Berdasarkan status kewarganegaraan diketahui bahwa sebagian besar tamu hotel adalah berkewarganegaraan Indonesia yaitu sebesar 78,4%.
- 2) Urutan prioritas faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen hotel SULAWESI dalam mengambil keputusan untuk menginap berdasarkan tingkat kepentingannya yaitu urutan pertama adalah faktor fasilitas, urutan kedua adalah servis yang diberikan pihak hotel, urutan ketiga adalah lokasi hotel, dan urutan terakhir adalah faktor tarif.

- 3) Hubungan antara karakteristik demografi konsumen hotel SULAWESI dengan faktor fasilitas, lokasi, servis, dan tarif yang dinyatakan dengan pemilihan faktor yang menjadi prioritas, berdasarkan hasil analisa chi square adalah sebagai berikut :
- a. Tidak ada hubungan yang signifikan antara jenis kelamin tamu hotel dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI di Jember.
 - b. Ada hubungan yang signifikan antara tingkat usia tamu hotel dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI di Jember, dengan hasil X^2 hitung $> X^2$ tabel ($63,5304 > 12,592$) dan nilai koefisien kontingensi sebesar 0,58.
 - c. Ada hubungan yang signifikan antara status sosial tamu hotel dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI di Jember, dengan hasil X^2 hitung $> X^2$ tabel ($48,121 > 7,815$) dan nilai koefisien kontingensi sebesar 0,53.
 - d. Tidak ada hubungan yang signifikan antara tingkat pendidikan tamu hotel dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI di Jember.
 - e. Ada hubungan yang signifikan antara jenis pekerjaan tamu hotel dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI di Jember, dengan hasil X^2 hitung $> X^2$ tabel ($10,69327,815$) dan nilai koefisien kontingensi sebesar 0,28.
 - f. Ada hubungan yang signifikan antara status kewarganegaraan tamu hotel dengan pemilihan faktor prioritas yang dipertimbangkan dalam pengambilan keputusan menginap pada hotel SULAWESI di Jember, dengan hasil X^2 hitung $> X^2$ tabel ($27,0464 > 7,815$) dan nilai koefisien kontingensi sebesar 0,42.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat diberikan saran bagi pihak manajemen hotel SULAWESI untuk pengembangan usaha pada masa yang akan datang antara lain :

- 1) Dari hasil analisis deskriptif diketahui bahwa sebagian besar tamu hotel sulawesi adalah laki-laki dengan tingkat usia antara 36-45 tahun, sudah menikah, lulusan perguruan tinggi, bekerja sebagai pegawai swasta, dan berkewarganegaraan Indonesia. Berdasarkan data-data tersebut pihak manajemen hotel SULAWESI hendaknya dalam menentukan kebijakan-kebijakan lebih memperhatikan bagaimana karakteristik konsumennya atau dengan kata lain perencanaan dan penentuan kebijakan-kebijakan hotel disesuaikan dengan karakteristik konsumen. Misalnya saja, dengan konsumen yang pada umumnya lulusan perguruan tinggi dan sudah bekerja tentunya kebutuhan akan informasi dan sarana telekomunikasi yang cepat dan akurat sangat penting bagi mereka, sedangkan fasilitas komunikasi yang tersedia terbatas hanya pada telepon dan faxsimile, oleh karena itu sebaiknya pihak hotel juga menyediakan fasilitas lain seperti internet atau sarana komunikasi lainnya yang diharapkan dapat menjadi nilai tambah bagi hotel SULAWESI.
- 2) Dalam melaksanakan operasional perusahaan hendaknya lebih mengutamakan pada variabel fasilitas, karena variabel tersebut dipilih sebagai faktor prioritas pertama yang dipertimbangkan oleh konsumen hotel SULAWESI dalam mengambil keputusan menginap. Selain itu, juga diharapkan pihak hotel dapat mempertahankan dan meningkatkan pelayanan akan penyediaan fasilitas yang memadai serta menunjang aktivitas konsumen dengan tidak mengabaikan variabel-variabel lainnya seperti servis, lokasi dan tarif.
- 3) Hotel SULAWESI hendaknya dalam pengembangan usahanya lebih memperhatikan variabel tingkat usia tamu hotel, sebab variabel tersebut memiliki tingkat hubungan yang paling erat dengan keputusan untuk menginap. Meskipun demikian variabel karakteristik konsumen yang lain juga harus ikut dipertimbangkan jika pihak manajemen hotel akan melakukan kebijakan-kebijakan sehubungan dengan strategi pemasaran mereka.

DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saifudin**, 1998, *Metode Penelitian*, Edisi I, Cetakan I, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Djarwanto, PS dan Pangestu Subagyo**, 1993, *Statistik Induktif*, Edisi IV, BPFE, Yogyakarta.
- Kottler, Philip**, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid I, Prenhallindo, Jakarta.
- Singarimbun, Masri, dan Sofyan Effendi**, 1995, *Metodologi Penelitian dan Survey*, LP3S, Jakarta.
- Soekadijo R.G**, 1997, *Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai Systemic Linkage*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Soeratno dan Lincolyn Arsyad**, 1993, *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis*, UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Stanton William, J**, 1995, *Prinsip Pemasaran, Terjemahan Sadu Saduru*, Jilid II, Erlangga, Jakarta.
- Sudjana**, 1994, *Metode Statistika*, Edisi VI, LP3FE, Bandung.
- Supranto J**, 1995, *Statistik Teori dan Aplikasi*, Jilid I dan II, Edisi kelima, Erlangga, Jakarta.
- Swastha, Basu, dan Irawan**, 1990, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Winardi**, 1991, *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Cetakan II, Mandar Maju, Yogyakarta.

Lampiran 1

Kepada

Yth. Bapak/Ibu/Saudara

Pengunjung Hotel SULAWESI

Di Tempat

Dengan Hormat,

Kuisisioner ini dimaksudkan untuk penelitian guna menyusun skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi saya di Perguruan Tinggi.

Dengan rendah hati, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara mengisi kuisisioner ini dan atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Kami,

Dwi Indah Budiarti

DAFTAR PERTANYAAN

I. Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih

1. Apakah jenis kelamin anda

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

2. Berapa usia anda

- a. Dibawah 25 tahun
- b. 26 tahun – 35 tahun
- c. 36 tahun – 45 tahun
- d. 46 tahun – 55 tahun
- e. 55 tahun keatas

3. Status sosial

- a. Kawin
- b. Belum kawin

4. Tingkat pendidikan terakhir

- a. SD
- b. SMP
- c. SMA
- d. Perguruan Tinggi

5. Pekerjaan anda saat ini

- a. Pelajar/mahasiswa
- b. Ibu Rumah Tangga
- c. Pegawai Swasta
- d. Pegawai negeri
- e. Pensiunan

6 Status kewarganegaraan anda

- a. Indonesia
- b. Inggris
- c. Belanda
- d. Jerman
- e. Lain-lain (.....)

II. Berilah nomor sesuai urutan pada masing-masing prioritas yang anda pertimbangkan, dalam memutuskan menginap pada Hotel SULAWESI

() Tarif Hotel

Tarif Kamar Hotel, Tarif *Food and Bavarage*, Tarif *laundry*

() Fasilitas

Fasilitas Kamar Hotel

Restaurant dan Lobby

Hall

() Servis

Pelayanan dari karyawan hotel (*Front Office, Rcomboys, Waiters*)

() Lokasi

Mudah dijangkau, tidak jauh dari pusat kota, suasana kota yang tenang, dekat atau sejalan dengan tempat-tempat wisata.

Dear Sir or Madam

Guest of SULAWESI Hotel

I hope for the guest of this hotel fill the list of the questioner from me, in which as one of the requirement for my graduating from my study in faculty of economic in Jember University.

I say thank for your kindnes.

Sincerely,

Dwi Indah Budiarti

I. Give the sign (X) for the answer that you chose

1. What kind of your sex
 - a. Male
 - b. Female

2. How old are you
 - a. Under 25 years old
 - b. 26 –35 years old
 - c. 36 – 45years old
 - d. 46 –55 years old
 - e. Over 55 years old

3. Social status
 - a. Marriage
 - b. Un Marriage

4. The last degree of your education
 - a. Elementary School
 - b. Junior High School
 - c. Senior High School
 - d. University

5. Your vocation at this time
 - a. Student
 - b. House Wife
 - c. Private Employee
 - d. Government Employee
 - e. Retired

6. Your nationality status
 - a. Indonesia
 - b. England
 - c. Dutch
 - d. Germany
 - e. Etc

II. Give the number of each factor according to your priority to decide spend night in this Hotel SULAWESI

() Hotel Tarif

Room hotel tarif, food and bavarage tarif, laundry tarif

() Fasility

Fasilities of hotel room

Sport center that avaluable

Lobby and restaurant

() Service

Service from hotel cierk

() Location

Easy to reach and near with tourism object, the condition of this hotel that fresh and enjoyble.

Lampiran 2. Hasil jawaban responden terhadap kuisioner yang diajukan

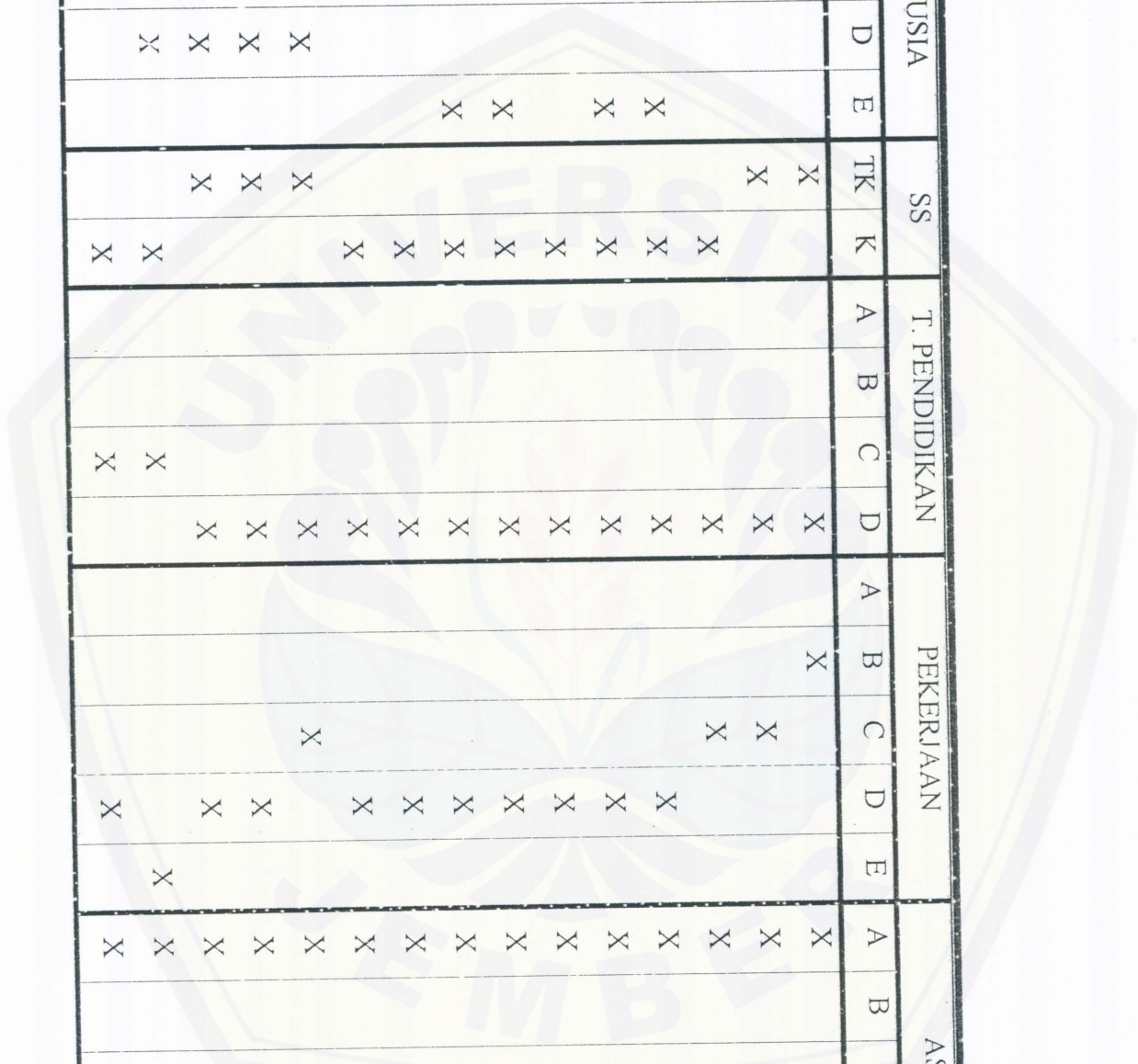
No	JK		TINGKAT USIA					SS		T. PENDIDIKAN					PEKERJAAN					ASAL					JENIS FAKTOR				
	L	P	A	B	C	D	E	TK	K	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	I	II	III	IV	
1	X			X				X	X											X					X				
2	X								X											X					X				
3		X		X				X	X											X					X				
4																													
5		X						X	X											X					X				
6		X		X				X	X											X					X				
7		X						X	X											X					X				
8		X						X	X											X					X				
9		X						X	X											X					X				
10		X						X	X											X					X				
11		X		X				X	X											X					X				
12		X		X				X	X											X					X				
13		X		X				X	X											X					X				
14		X		X				X	X											X					X				
15		X		X				X	X											X					X				

No	JK		TINGKAT USIA					SS		T. PENDIDIKAN					PEKERJAAN					ASAL					JENIS FAKTOR			
	L	P	A	B	C	D	E	TK	K	A	B	C	D	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	I	II	III	IV	
16		X				X		X	X				X		X				X								X	
17	X					X		X					X		X				X									X
18	X					X		X	X				X		X				X									X
19	X					X		X	X				X		X				X									X
20		X				X		X	X				X		X				X								X	X
21		X				X		X	X				X		X				X								X	X
22		X	X			X		X	X				X		X				X				X				X	X
23		X	X			X		X	X				X		X				X				X				X	X
24		X				X		X	X				X		X				X				X				X	X
25		X				X		X	X				X		X				X				X				X	X
26		X	X			X		X	X				X		X				X				X				X	X
27		X				X		X	X				X		X				X				X				X	X
28		X				X		X	X				X		X				X				X				X	X
29		X	X			X		X	X				X		X				X				X				X	X
30		X	X			X		X	X				X		X				X				X				X	X

No	JK		TINGKAT USIA					SS		T. PENDIDIKAN				PEKERJAAN					ASAL					JENIS FAKTOR					
	L	P	A	B	C	D	E	TK	K	A	B	C	D	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	I	II	III	IV		
61	X				X				X				X						X						X				
62	X				X				X			X							X						X				
63	X				X				X			X							X						X				
64		X			X				X				X						X						X				
65	X				X				X			X							X						X				
66	X				X				X			X							X						X				
67	X				X				X			X							X						X				
68		X			X				X			X							X						X				
69		X			X				X			X							X						X				
70		X			X				X			X							X						X				
71	X				X				X			X							X						X				
72	X				X				X			X							X						X				
73	X				X				X			X							X						X				
74	X				X				X			X							X						X				
75	X				X				X			X							X						X				

No	JK		TINGKAT USIA					SS		T. PENDIDIKAN				PEKERJAAN					ASAL					JENIS FAKTOR					
	L	P	A	B	C	D	E	TK	K	A	B	C	D	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	I	II	III	IV		
76	X						X		X				X						X										X
77		X					X		X				X						X										X
78		X	X				X		X				X						X										X
79		X					X		X				X						X										X
80		X					X		X				X						X										X
81		X					X		X				X						X										X
82		X					X		X				X						X										X
83		X					X		X				X						X										X
84		X					X		X				X						X										X
85		X					X		X				X						X										X
86		X					X		X				X						X										X
87		X					X		X				X						X										X
88		X					X		X				X						X										X
89		X					X		X				X						X										X
90		X					X		X				X						X										X

No	JK		TINGKAT USIA					SS		T. PENDIDIKAN					PEKERJAAN					ASAL					JENIS FAKTOR				
	L	P	A	B	C	D	E	TK	K	A	B	C	D	D	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	I	II	III	IV	
91	X			X				X					X						X						X				
92	X			X				X					X						X						X				
93		X		X					X				X						X						X				
94	X							X					X						X						X				
95	X							X					X						X						X				
96		X		X					X				X						X						X				
97		X						X					X						X						X				
98	X							X					X						X						X				
99	X		X					X					X						X						X				
100	X							X					X						X						X				
101	X							X					X						X						X				
102	X							X					X						X						X				
103	X							X					X						X						X				
104	X							X					X						X						X				
105	X				X				X				X						X						X				



No	JK		TINGKAT USIA					SS	T. PENDIDIKAN				PEKERJAAN					ASAL					JENIS FAKTOR						
	L	P	A	B	C	D	E		TK	K	A	B	C	D	A	B	C	D	E	A	B	C	D	E	I	II	III	IV	
106		X				X			X				X						X						X				
107		X			X				X			X		X					X						X				
108	X				X				X			X		X					X						X				
109		X			X				X			X		X					X						X				
110		X				X			X			X		X					X						X				
111		X			X				X			X		X					X						X				
112		X			X				X			X		X					X						X				
113		X				X			X			X		X					X						X				
114			X						X			X		X					X						X				
115		X				X			X			X		X					X						X				
116		X			X				X			X		X					X						X				
117		X			X				X			X		X					X						X				
118		X			X				X			X		X					X						X				
119		X			X				X			X		X					X						X				
120		X			X				X			X		X					X						X				

Lampiran 3. Uji Independen antara jenis kelamin dengan keputusan tamu hotel untuk menginap

Faktor 1	Faktor 2	fij	eij	fij-eij	(fij-eij) ²	(fij-eij) ² /eij
Laki-laki	tarif	4	6.32	-2.32	5.3824	0.8516
	fasilitas	39	33.49	5.51	30.3601	0.9065
	servis	9	12.64	-3.64	13.2496	1.0482
	lokasi	27	26.54	0.46	0.2116	0.0080
Perempuan	tarif	6	3.68	2.32	5.3824	1.4626
	fasilitas	14	19.5	-5.5	30.2500	1.5513
	servis	11	7.36	3.64	13.2496	1.8002
	lokasi	15	15.46	-0.46	0.2116	0.0137
Jumlah		125	124.99	0.01	98.2973	7.6422



Lampiran 4. Uji Independen antara tingkat usia dengan keputusan tamu hotel untuk menginap

Faktor 1	faktor 2	fij	eij	fij-eij	(fij-eij) ²	(fij-eij) ² /eij
<=25	Tarif	3	0.96	2.04	4.1616	4.3350
	Fasilitas	3	5.09	-2.09	4.3681	0.8582
	servis	3	1.92	1.08	1.1664	0.6075
	Lokasi	3	4.032	-1.032	1.0650	0.2641
26-35	Tarif	2	1.6	0.4	0.1600	0.1000
	Fasilitas	10	8.48	1.52	2.3104	0.2725
	servis	2	3.2	-1.2	1.4400	0.4500
	Lokasi	6	67.2	-61.2	3745.4400	55.7357
>=36	Tarif	5	7.44	-2.44	5.9536	0.8002
	Fasilitas	40	39.43	0.57	0.3249	0.0082
	servis	15	14.88	0.12	0.0144	0.0010
	Lokasi	33	31.25	1.75	3.0625	0.0980
Jumlah		125	185.482	-60.482	3769.4669	63.5304

Lampiran 5. Uji Independen antara status sosial dengan keputusan tamu hotel untuk menginap

Faktor 1	Faktor 2	fij	eij	fij-eij	(fij-eij) ²	(fij-eij) ² /eij
Belum Kawin	Tarif	4	2.43	1.57	2.4649	1.0144
	Fasilitas	11	13.14	-2.14	4.5796	0.3485
	Servis	18	4.96	13.04	170.042	34.2826
	Lokasi	8	10.42	-2.42	5.8564	0.5620
Kawin	Tarif	6	7.52	-1.52	2.3104	0.3072
	Fasilitas	42	39.86	2.14	4.5796	0.1149
	Servis	2	15.04	-13.04	170.042	11.3060
	Lokasi	34	31.58	2.42	5.8564	0.1854
Jumlah		125	124.95	0.05	365.731	48.1210



Lampiran 6. Uji Independen antara tingkat pendidikan dengan keputusan tamu hotel untuk menginap

Faktor 1	Faktor 2	fij	eij	fij-eij	(fij-eij) ²	(fij-eij) ² /eij
SD-SMA	Tarif	4	1.44	2.56	6.5536	4.5511
	Fasilitas	8	7.63	0.37	0.1369	0.0179
	Servis	1	2.88	-1.88	3.5344	1.2272
	Lokasi	5	6.05	-1.05	1.1025	0.1822
Pergurua Tinggi	Tarif	6	8.56	-2.56	6.5536	0.7656
	Fasilitas	45	45.37	-0.37	0.1369	0.0030
	Servis	19	17.12	1.88	3.5344	0.2064
	Lokasi	37	35.95	1.05	1.1025	0.0307
Jumlah		125	125	0	22.6548	6.9842



Lampiran 7. Uji Independen antara jenis pekerjaan dengan keputusan tamu hotel untuk menginap

Faktor 1	Faktor 2	fij	eij	fij-eij	(fij-eij) ²	(fij-eij) ² /eij
Tidak	Tarif	6	2.32	3.68	13.5424	5.8372
Bekerja	Fasilitas	13	12.29	0.71	0.5041	0.0410
	Servis	5	4.64	0.36	0.1296	0.0279
	Lokasi	5	9.74	-4.74	22.4676	2.3067
Bekerja	Tarif	4	7.68	-3.68	13.5424	1.7633
	Fasilitas	40	40.7	-0.7	0.49	0.0120
	Servis	15	15.36	-0.36	0.1296	0.0084
	Lokasi	37	32.26	4.74	22.4676	0.6965
Jumlah		125	124.99	0.01	73.2733	10.6932



Lampiran 8. Uji Independen antar status kewarganegaraan dengan keputusan tamu hotel untuk menginap

Faktor 1	Faktor 2	f_{ij}	e_{ij}	$f_{ij} \cdot e_{ij}$	$(f_{ij} \cdot e_{ij})^2$	$(f_{ij} \cdot e_{ij})^2 / e_{ij}$
Lokal	Tarif	9	7.84	1.16	1.3456	0.1716
	Fasilitas	45	41.55	3.45	11.9025	0.2865
	Servis	19	15.68	3.32	11.0224	0.7030
	Lokasi	25	52.93	-27.93	780.085	14.7380
Asing	Tarif	1	2.16	-1.16	1.3456	0.6230
	Fasilitas	8	11.45	-3.45	11.9025	1.0395
	Servis	1	4.32	-3.32	11.0224	2.5515
	Lokasi	17	9.07	7.93	62.8849	6.9333
Jumlah		125	145	-20	891.511	27.0464



TABEL NILAI-NILAI CHI KUADRAT

d.f.	Tarf Signifikansi					
	50%	30%	20%	10%	5%	1%
1	0,455	1,074	1,642	2,706	3,481	6,635
2	0,139	2,408	3,219	3,605	5,991	9,216
3	2,366	3,665	4,642	6,251	7,815	11,341
4	3,357	4,878	5,989	7,779	9,488	13,277
5	4,351	6,064	7,289	9,236	11,070	15,086
6	5,348	7,231	8,558	10,645	12,592	16,812
7	6,346	8,383	9,803	12,017	14,017	18,475
8	7,344	9,524	11,030	13,362	15,507	20,090
9	8,343	10,656	12,242	14,684	16,919	21,666
10	9,342	11,781	13,442	15,987	18,307	23,209
11	10,341	12,899	14,631	17,275	19,675	24,725
12	11,340	14,011	15,812	18,549	21,026	26,217
13	12,340	15,119	16,985	19,812	22,362	27,688
14	13,339	16,222	18,151	21,064	23,685	29,141
15	14,339	17,322	19,131	22,307	24,996	30,578
16	15,338	18,418	20,465	23,542	26,296	32,000
17	16,338	19,511	21,615	24,765	27,587	33,409
18	17,338	20,601	22,760	26,028	28,869	34,805
19	18,338	21,689	23,900	27,271	30,144	36,191
20	19,337	22,775	25,038	28,514	31,410	37,566
21	20,337	23,858	26,171	29,613	32,671	38,932
22	21,337	24,939	27,301	30,813	33,924	40,289
23	22,337	26,018	28,429	32,007	35,172	41,638
24	23,337	27,096	29,553	33,194	36,415	42,980
25	24,337	28,172	30,675	34,382	37,652	44,134
26	25,336	29,246	31,795	35,563	38,885	45,642
27	26,336	30,139	32,912	36,761	40,113	46,963
28	27,336	31,391	34,027	37,916	41,337	48,278
29	28,336	32,461	35,139	39,087	42,557	49,588
30	29,336	33,530	36,256	40,256	43,773	50,892