

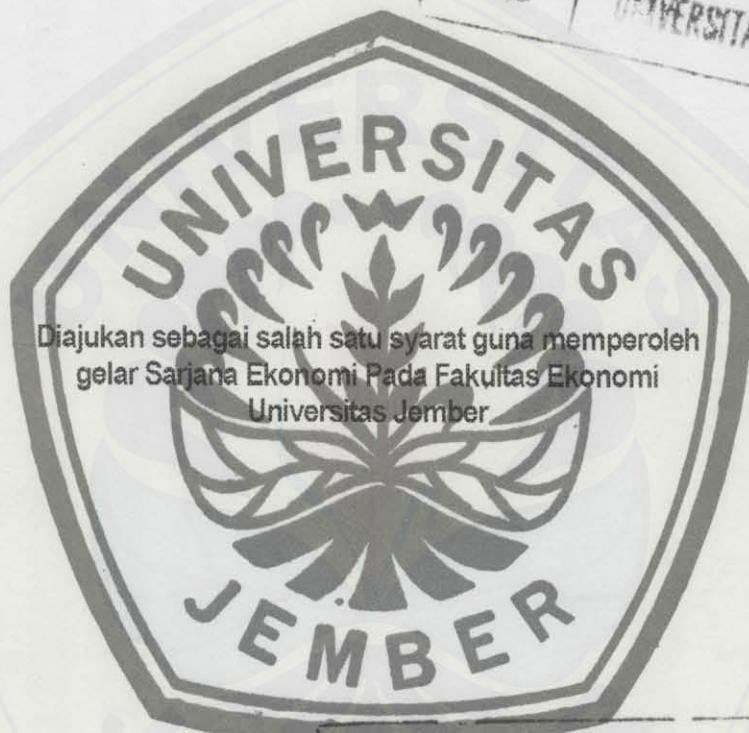
**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG
MEMPENGARUHI TINGKAT HUNIAN KAMAR
PADA HOTEL SULAWESI
DI JEMBER**

SKRIPSI



Milik UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

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



Asal:	Hadiah	Klass
	Pembelian	650.8
Terima Tel:	19 JUL 2002.	Her
Oleh:	No. induk: 1217	a.
KLASIR / PENYALIN:		e,

Ninik Hersina

NIM : 950810201188

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS JEMBER**

2002

JUDUL SKRIPSI

ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT
HUNIAN KAMAR PADA HOTEL SULAWESI
DI JEMBER

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

N a m a : Ninik Herlina

N. I. M. : DIB1 95-198

Jurusan : Manajemen

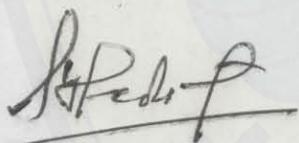
telah dipertahankan di depan Panitia Penguji pada tanggal :

30 Maret 2002

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.

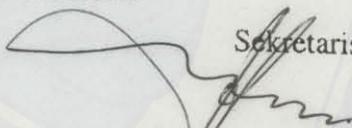
Susunan Panitia Penguji

Ketua,



Drs. H. Soegiharto PH, MM
NIP. 130 145 581

Sekretaris,



Drs. Adi Prasodjo, MP
NIP. 131 691 014

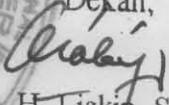
Anggota,

Drs. H. Suwardi, MM
NIP. 130 129 282



Mengetahui/Menyetujui
Universitas Jember
Fakultas Ekonomi
Dekan,




Drs. H. Liakip, SU
NIP. 130 531 976

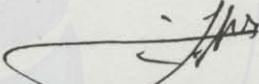
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi
Tingkat Hunian Kamar pada Hotel Sulawesi di
Jember
Nama Mahasiswa : Ninik Herlina
N I M : D1B1 95 - 198
Jurusan : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

PEMBIMBING I


Drs. SUWARDI
NIP. 131 129 282

PEMBIMBING II


Drs. ACH ICHWAN
NIP. 120 781 340

Mengetahui,
Ketua Jurusan


Drs. I.K.M DWIPAYANA MM
NIP. 130 781 341

Tanggal Persetujuan :

LEMBAR PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini dengan segala ketulusan hati untuk :

- ♥ *Yang tercinta keluarga besarku Bpk Hariadji, Ibu Alwiyati, Emak, Ning Lis, Mas Heri, Mitha yang tak pernah kering dari do'a, kasih sayang*
- ♥ *Yang terkasih Be- dan Matahari kecilku 'Gusti Caesar Bagaskara' atas semangat & kebersamaannya*
- ♥ *Almamater yang kubanggakan*

Motto

“Dan mintalah pertolongan (Allah) dengan sabar dan sholat, dan sesungguhnya ini adalah berat, kecuali bagi orang-orang yang rendah hati.”

(QS. Al – Baqarah : 45)



*Menjadi juara bukanlah segala - galanya
Yang utama adalah menjadi yang terbaik
Dan yang terbaik adalah menjadi diri sendiri*

ABSTRAKSI

Penelitian yang berjudul "Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar Pada Hotel Sulawesi di Jember" ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor banyaknya jumlah biro perjalanan baik yang dihubungi maupun tidak, faktor tarif atau harga kamar dan faktor jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Sulawesi.

Metode yang digunakan dalam proses pengumpulan data adalah menggunakan metode wawancara dan studi literatur. Penelitian ini dilakukan dengan wawancara langsung ke Hotel Sulawesi pada bulan Maret 2000. Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu regresi linier berganda dan uji statistik, yaitu uji-F dan uji-t.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat hunian kamar. Hal ini ditunjukkan dengan nilai F hitung lebih besar dari nilai F tabel, yaitu 46,183 lebih besar dari 4,35 dari hasil penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa secara parsial faktor jumlah biro perjalanan, tarif kamar mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat hunian kamar.

Kesimpulan yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah bahwa faktor jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar secara bersama mempunyai pengaruh yang positif, hal ini sekaligus membuktikan hipotesis pertama. Dan secara parsial, faktor biro perjalanan dan tarif kamar mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat hunian kamar. Sedangkan tarif kamar secara parsial merupakan penyumbang terbesar seperti yang ditunjukkan oleh hasil penelitian yaitu sebesar 2,820.

KATA PENGANTAR

Bisillahirrohmanirrohim.

Alhamdulillah, segala puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, berkat limpahan rahmat dan hidayah-Nya jugalah penulis mampu menyusun serta menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “ANALISIS FAKTOR – FAKTOR YANG MEMPENGARUHI TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA HOTEL SULAWESI DI JEMBER” ini dengan baik. Skripsi ini disusun guna melengkapi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan, hal ini tidak lepas dari keterbatasan pengetahuan dan kemampuan penulis sebagai manusia biasa. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun sehingga bisa menjadikan skripsi ini lebih baik lagi.

Dalam penyusunan skripsi ini, mulai dari penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bantuan baik secara moril maupun materiil, dorongan, petunjuk serta bimbingan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini tidaklah berlebihan jika penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada :

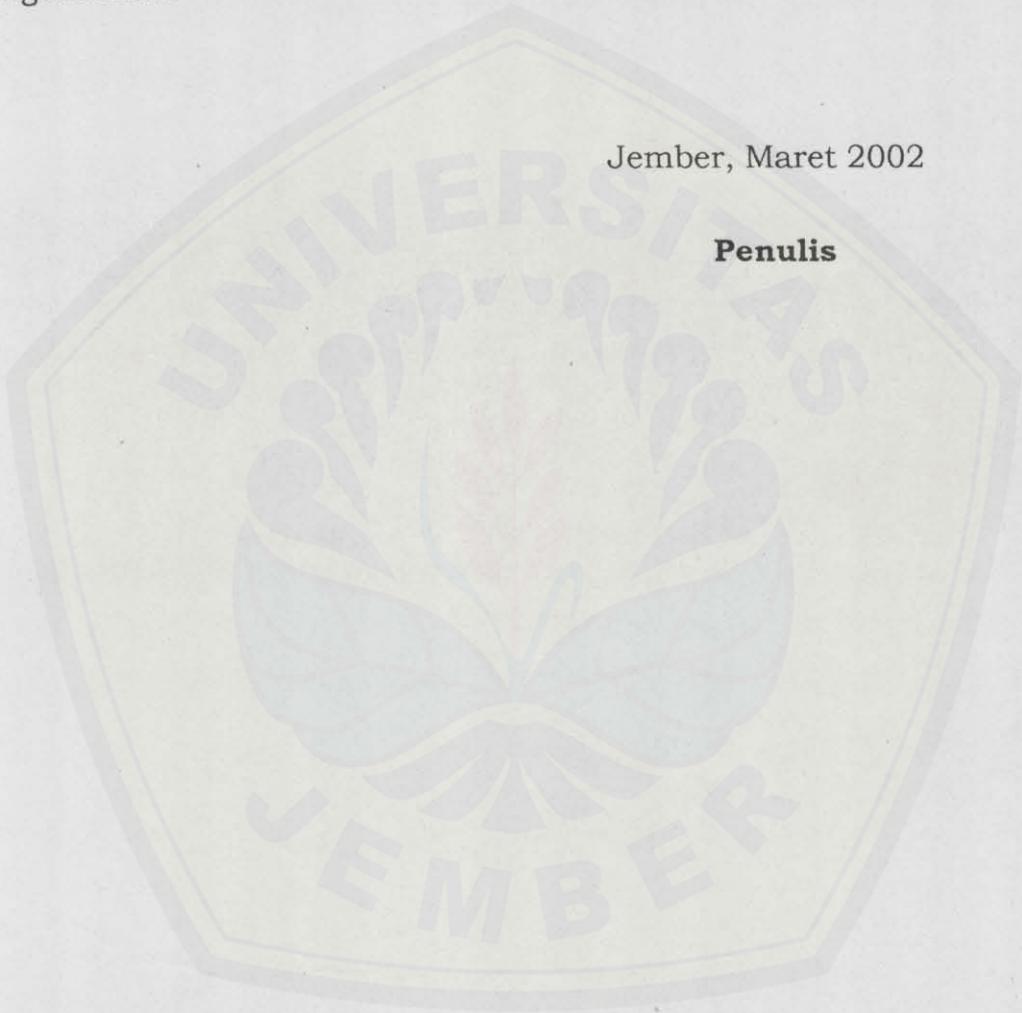
1. Bapak Drs. Suwardi,MM selaku dosen pembimbing I dan Bapak Drs. Ach. Ichwan selaku dosen pembimbing II yang telah

- memberikan bimbingan dan pengarahan demi terselesaikannya penulisan skripsi ini;
2. Bapak Drs. Liakip, SU, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Jember beserta bapak/ibu dosen dan segenap civitas akademika yang telah banyak memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu hingga dapat menyelesaikan pendidikan S.1 di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jember;
 3. Pihak Hotel Sulawesi Jember yang telah banyak membantu memberikan data dan masukan hingga terselesaikannya skripsi ini;
 4. Keluarga Magelang: Bapak Nakman Arief, Ibu Siti Rochillah, Mas Arief atas dorongan semangat dan untaian do'a yang tiada putusnya;
 5. Keluarga kecilku, Be- dan Aar, kalian adalah sumber semangat dalam melewati hari-hari sulit dan melelahkan ini;
 6. Keluarga Besar Mahapena, khususnya saudara-saudara seperjuanganku Angkatan XIX : Eris, Mas 'Yok, Agus, Wahyu, Samsul, Ribut, Mamank, Udin dan semua camar merah yang terlalu banyak untuk disebutkan di sini, terima kasih atas persaudaraan yang hangat yang kalian berikan selama ini;
 7. Sahabat-sahabat, tempatku berbagi segala duka dan gembira, Eris, Endah, Titin, Cimit, Ninit, Esti, Ervi, Susi, Milla, Mbak Evi; ada kebahagiaan tersendiri dengan memiliki kalian;
 8. Teman-teman Manajemen Angkatan '95.

Semoga bantuan, bimbingan, pengarahan, persaudaraan, dan kebersamaan serta dorongannya mendapat balasan yang lebih besar dari Allah SWT. Akhirnya besar harapan penulis, semoga karya ini bermanfaat bagi diri penulis sendiri maupun khasanah ilmu pengetahuan.

Jember, Maret 2002

Penulis



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PERSEMBAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
ABSTRAKSI	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Permasalahan	2
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	3
1.3.1 Tujuan Penelitian	3
1.3.2 Manfaat Penelitian	3
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	4
2.1 Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya.....	4
2.2 Landasan Teori.....	5
2.2.1 Pengertian Pemasaran dan Konsep Pema- Saran	5
2.2.2 Promosi	6
2.2.3 Biro Perjalanan	12
2.2.4 Syarat-syarat Angkutan	13

2.2.5 Harga	14
2.2.6 Jenis-Jenis Penamaan Kamar di Hotel	18
2.3 Hipotesis	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	21
3.1 Rancangan Penelitian	21
3.2 Unit Analisis	21
3.3 Prosedur Pengumpulan Data.....	22
3.4 Metode Analisis Data	22
3.5 Devinisi Variabel Operasional dan Pengukur annya.....	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Daerah Penelitian.....	30
4.1.1 Gambaran Umum PT. Hotel Sulawesi.....	30
4.1.2 Prinsip-Prinsip Organisasi Perusahaan .	31
4.1.3 Struktur Organisasi Perusahaan	31
4.1.4 Tenaga Kerja	35
4.1.5 Fasilitas Hotel.....	36
4.1.6 Proses Penerimaan Tamu.....	39
4.1.7 Daerah Pemasaran.....	42
4.1.8 Peranan Biro Perjalanan.....	42
4.1.9 Tarif atau Harga Kamar	43
4.1.10 Jumlah Kamar.....	45
4.1.11 Tingkat Hunian Kamar.....	47
4.2 Analisis Hasil Penelitian.....	48
4.2.1 Analisis Regresi dari Hasil Penelitian	48
4.2.2 Pengujian Secara Serempak	50
4.2.3 Pengujian Secara Individu	52
4.3 Pembahasan.....	58

BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	60
	5.1.Kesimpulan	60
	5.2. Saran	61
DAFTAR PUSTAKA		62



DAFTAR TABEL

No.	Halaman
1. Jumlah Biro Perjalanan Pada PT. Hotel Sulawesi.....	43
2. Tarif Kamar Pada PT. Hotel Sulawesi	44
3. Jumlah Kamar Yang Tersedia Pada PT. Hotel Sulawesi	45
4. Jumlah Kamar Yang Terjual Pada PT . Hotel Sulawesi.....	46
5. Tingkat Hunian Kamar Pada PT . Hotel Sulawesi.....	47

DAFTAR GAMBAR

No.	Halaman
1. Struktur Organisasi PT.Hotel Sulawesi Jember.....	32
2. Proses Penerimaan Tamu	41
3. Proses Kepulangan Tamu	42
4. Kurva Normal Untuk Uji - F	52
5. Kurva Normal Untuk Variabel Jumlah Biro Perjalanan	54
6. Kurva Normal Untuk Variabel Tarif Kamar	55
7. Kurva Normal Untuk Variabel Jumlah Kamar.....	56

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Data Untuk Perhitungan SPSS	63
2. Hasil Perhitungan SPSS	64





I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Setiap perusahaan pada prinsipnya di dalam menjalankan aktivitasnya selalu berorientasi pada profit. Hal ini dikarenakan keuntungan merupakan faktor yang penting untuk kelangsungan hidup dan perkembangan perusahaan. Agar tujuan perusahaan dapat tercapai, maka pihak manajemen harus mampu memanfaatkan peluang pasar yang ada.

Industri perhotelan adalah salah satu sektor yang menunjang kepariwisataan nasional. Hotel adalah suatu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian / seluruh bangunan untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan, makan dan minum, serta jasa lainnya bagi umum, yang dikelola secara komersial serta memenuhi ketentuan persyaratan yang ditetapkan dalam surat keputusan (Surat Keputusan Menparpostel : KM 34 / HK 103 / MPPT - 87).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa hotel merupakan salah satu industri yang memiliki karakteristik khusus, tidak hanya menjual produk-produk berwujud seperti kamar, makanan, minuman, tetapi juga menggunakan jasa dalam bentuk pelayanan dan keramah-tamahan. Jasa dalam hal ini diartikan sebagai tindakan atau setiap kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud atau tidak dikaitkan pada satu produk fisik. (Philip Kotler, 1998 ; 83).

Saat ini persaingan yang harus dihadapi oleh perusahaan sangat ketat, terutama dengan semakin banyaknya perusahaan-perusahaan sejenis yang masuk dalam segmen pasar yang sama sebagai pesaing. Dalam kondisi yang semakin kompetitif, perusahaan

dituntut untuk dapat membuat terobosan - terobosan baru agar produk yang dihasilkan dapat diterima oleh pasar. Pemilihan konsep pemasaran yang tepat akan berpengaruh pada peningkatan penjualan / penyewaan jasa penginapan.

Pelaksanaan strategi pemasaran, pihak manajemen perlu mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap tingkat penjualan. Karena penjualan yang optimal adalah tujuan perusahaan. Faktor-faktor yang berpengaruh pada jasa penginapan sangat banyak, antara lain adalah harga/tarif kamar, biro perjalanan sebagai sarana promosi, jumlah kamar, pelayanan, lokasi penginapan dan sebagainya.

1.2 Perumusan Masalah

Hotel Sulawesi terletak di kota Jember, merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa penginapan (akomodasi).

Masalah yang dihadapi perusahaan adalah tingkat hunian kamar yang masih berfluktuasi sedangkan perusahaan telah cukup melakukan usaha untuk meningkatkan hunian kamar. Karena banyaknya faktor yang berpengaruh, maka pihak manajemen harus mengetahui seberapa pengaruh faktor harga/tarif kamar, faktor biro perjalanan sebagai sarana promosi dan jumlah kamar serta faktor mana yang paling dominan mempengaruhi tingkat hunian kamar.

Bertolak dari uraian tersebut maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah apakah ada pengaruh positif antara faktor-faktor biro perjalanan sebagai sarana promosi, harga/tarif kamar dan jumlah kamar yang ada terhadap tingkat hunian kamar pada hotel sulawesi di jember ?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

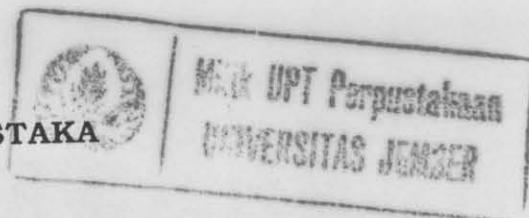
1.3.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh faktor harga kamar, biro perjalanan sebagai sarana promosi dan jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar di Hotel Sulawesi, baik secara bersama-sama maupun secara parsial, sehingga dapat diketahui faktor mana yang lebih dominan mempengaruhi tingkat hunian kamar.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi pihak manajemen hotel dalam kebijaksanaan pemasaran dalam kaitannya dengan hal-hal yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pada hotel bersangkutan.

II. TINJAUAN PUSTAKA



2.1. Tinjauan Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu yang membahas tentang hotel dalam kaitannya terhadap tingkat hunian kamar sudah pernah dilakukan pada tahun, 1997. Penelitian yang dilakukan oleh Aris Sugiri (1997), yaitu tentang “Pengaruh Biaya Promosi dan Tarif Kamar dalam Kaitannya dengan Tingkat Hunian Kamar pada PT. Bintang Bali Hotel – Bali”.

Hasil penelitian ini bahwa ternyata proporsi sumbangan variabel biaya promosi dan tarif kamar terhadap tingkat hunian kamar pada PT. Bintang Bali Hotel sebesar 98,34 %, sedangkan 1,66 % diperoleh dari variabel-variabel lain diluar modal.

Penelitian yang dilakukan oleh Aris Sugiri (1997) ada beberapa kesamaan dengan penelitian ini yaitu :

1. Keduanya mengambil obyek penelitian Hotel
2. Keduanya menggunakan analisis regresi berganda sebagai alat analisis
3. Keduanya menguraikan tingkat hunian kamar sebagai variabel tidak bebas.

Perbedaannya adalah :

1. Penelitian yang dilakukan Aris Sugiri berjudul “Pengaruh Biaya Promosi dan Tarif Kamar dalam Kaitannya dengan Tingkat Hunian Kamar pada PT. Bintang Bali Hotel – Bali”, sedangkan judul penelitian ini adalah “Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Hunian Kamar pada Hotel Sulawesi di Jember”.

2. Penelitian yang dilakukan Aris Sugiri variabel bebasnya ada 2 (dua) yaitu: (x_1) adalah biaya promosi dan (x_2) adalah tarif kamar sedangkan penelitian ini menggunakan 3 (tiga) variabel bebas yaitu : (x_1) adalah jumlah biro perjalanan sebagai sarana promosi, (x_2) tarif kamar, dan (x_3) jumlah kamar.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pemasaran dan Konsep Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Berhasil tidaknya dalam pencapaian tujuan bisnis tergantung pada keahlian pengusaha di bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lain. Selain itu juga tergantung pada kemampuan pengusaha untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar organisasi dapat berjalan lancar.

William J. Stanton menyatakan bahwa pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial. (Basu Swastha, 1990 : 5).

Menurut Philip Kotler definisi pemasaran adalah pemasaran adalah kegiatan manusia yang diarahkan pada usaha untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan melalui proses pertukaran (Basu Swastha, 1984 :5).

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa perusahaan dalam menyampaikan hasil produksinya ke tangan konsumen berorientasi pada segala tindakan ketata-laksanaan, baik dalam bidang produksi maupun dalam memenuhi kebutuhan konsumen, agar dapat mencapai volume penjualan yang dikehendaki. Jadi, tugas manajer pemasaran adalah memilih dan melaksanakan kegiatan pemasaran, yang dapat membantu dalam pencapaian tujuan organisasi.

Konsep pemasaran adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemasaran kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomi dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Basu Swastha, 1990 : 10).

Konsep pemasaran menyatakan bahwa kunci untuk meraih tujuan organisasi adalah menjadi lebih efektif daripada para pesaing dalam memadukan kegiatan pemasaran guna menetapkan dan memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran. (Philip Kotler, 1997 : 17).

2.2.2 Promosi

Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. (Basu Swastha, 1984 : 237)

Promosi merupakan aspek penting dalam manajemen pemasaran, dan sering dikatakan sebagai "proses berlanjut". Ini disebabkan karena promosi dapat menimbulkan rangkaian kegiatan selanjutnya dari perusahaan.

Tujuan umum promosi yaitu memberikan informasi kepada konsumen tentang adanya suatu produk dan dapat mendorong permintaan, yang akhirnya mempengaruhi konsumen untuk membeli.

Promosi mempunyai beberapa variabel yang dapat digunakan sebagai strategi untuk mencapai target penjualan. Pengkombinasian strategi yang terbaik dari beberapa variabel promosi dinamakan *promotional mix*. Promotional mix ini dapat didefinisikan sebagai berikut : Promotional mix yaitu kombinasi strategi yang terbaik dari variabel-variabel periklanan, personal selling, dan alat-alat promosi lain, yang semuanya direncanakan untuk mencapai tujuan program penjualan. (Basu Swastha, 1990 : 349).

Variabel-variabel yang ada didalam promotional mix ada 4 (empat) yaitu :

1. Periklanan

Periklanan adalah kombinasi non individu, dengan sejumlah biaya melalui berbagai media yang dilakukan oleh perusahaan, lembaga non laba serta individu-individu. (Basu Swastha, 1990 : 350)

Pengertian periklanan menurut Philip Kolter (1987 :270) yaitu satu dari empat alat penting yang digunakan oleh perusahaan untuk melancarkan komunikasi persuasif terhadap pembeli dan masyarakat yang ditargetkan.

Periklanan terdiri dari bentuk-bentuk komunikasi non personal yang dilakukan lewat media pembayaran dengan sponsor yang jelas.

Pada prinsipnya periklanan bertujuan menyampaikan informasi, untuk membujuk dan mengingatkan terhadap organisasi serta barang tawarannya dalam usaha meningkatkan reaksi pembeli potensial.

Periklanan mencoba melaksanakannya dengan memberi keterangan, menyalurkan keinginan dan memberi alasan untuk lebih menyukai tawaran tertentu dalam organisasi.

a. Berapa yang harus dianggarkan untuk periklanan

Dalam menentukan anggaran periklanan ada 4 (empat) metode pendekatan yang umum dipakai. Metode-metode tersebut adalah : (Basu Swastha, 1990 : 377).

- Pendekatan Subyektif

Digunakan untuk menyusun anggaran berdasarkan pendapatan atau pengalaman manajer. Dalam hal ini manajer bertugas mengalokasikan anggaran tetap, diantara biaya iklan dan pemasaran.

- Pendekatan Pedoman Tetap

Penentuan anggaran periklanan dalam bentuk persentase dari penjualan, jumlah tetap per unit, atau yang telah ditentukan oleh perusahaan saingan.

- Pendekatan Tugas

Pendekatan yang menyangkut penentuan tugas, menentukan pelaksanaan untuk mencapai tujuan.

- Pendekatan Normatif

Menentukan anggaran periklanan yang optimal untuk mencapai tujuan. Pendekatan normatif sendiri ada dua metode yaitu :

1). Metode Bayesian

Digunakan sebagai pendekatan untuk produk baru.

2). Metode Matematis

Dalam metode ini data historis dipakai mengestimasi parameter yang tidak diketahui oleh suatu matematis tentang fungsi responsi periklanan.

b. Media apa yang seharusnya digunakan

Pada hakekatnya media bermacam-macam bentuk dan jenisnya, tetapi bentuk media dapat diklasifikasikan menjadi dua yaitu :

- Media Cetak

Alat yang digunakan dalam kegiatan periklanan dalam bentuk cetakan, antara lain : surat kabar, buku telepon, daftar harga.

- Media Non Cetak

Merupakan alat yang digunakan dalam kegiatan periklanan dalam bentuk selain barang cetakan dan sejenisnya, antara lain : papan reklame, slide, spanduk, show room.

Media merupakan alat yang digunakan dalam kegiatan periklanan yang bukan hanya bersifat pasif, tetapi sering media itu mempengaruhi efektifitas beritanya, sehingga dalam memilih media perlu memperhatikan faktor-faktor sebagai berikut :

- 1) Produksi yang diiklankan
- 2) Sistem distribusi produknya
- 3) Editorial
- 4) Kemampuan teknis media
- 5) Strategi
- 6) Sasaran yang dapat dicapai
- 7) Karakteristik media
- 8) Biaya

2. Personal Selling

William G. Nichols menyatakan bahwa personal Selling adalah interaksi antar individu, saling bertemu muka yang ditujukan untuk menciptakan, memperbaiki, menguasai atau mempertahankan hubungan pertukaran yang saling menguntungkan dengan pihak lain. (Basu Swastha, 1984 :260)

Personal selling merupakan komunikasi orang secara individual. Dalam operasinya personal selling lebih fleksibel, ini disebabkan karena tenaga-tenaga penjualan tersebut dapat secara langsung mengetahui keinginan, motif dan perilaku konsumen dan dapat melihat reaksi konsumen sehingga mereka langsung dapat mengadakan penyesuaian seperlunya.

Salah satu fungsi tenaga penjualan adalah melakukan penjualan dengan bertemu muka (face to face selling), dimana seorang penjual langsung menemui konsumen untuk menawarkan produknya. Penjual dengan bertemu muka ini hanya salah satu dari fungsi penting lainnya.

Fungsi tersebut lainnya adalah :

- a. mengadakan analisa pasar
- b. menentukan calon konsumen
- c. mengadakan komunikasi
- d. memberikan pelayanan
- e. memajukan langganan
- f. mempertahankan langganan
- g. mendefinisikan masalah
- h. mengatasi masalah

- i. mengatur waktu
- j. mengalokasikan sumber-sumber
- k. meningkatkan kemampuan diri

3. Publisitas

Publisitas adalah sejumlah informasi tentang seseorang, barang atau organisasi yang disebar luaskan ke masyarakat melalui media tanpa dipungut biaya, atau tanpa pengawasan dari sponsor. (Basu Swastha, 1984 : 273).

Publisitas merupakan pelengkap yang efektif bagi alat promosi yang lain. Biasanya, media bersedia mempublisitaskan suatu cerita apabila materinya dirasa cukup menarik atau patut dijadikan berita. Pada garis besarnya, publisitas dapat dipisahkan ke dalam dua kriteria :

a. Publisitas Produk (Product Publicity)

Publisitas produk adalah publisitas yang ditujukan untuk menggambarkan atau untuk memberitahu kepada konsumen tentang suatu produk beserta penggunaannya.

b. Publisitas Kelembagaan (institutional Publicity)

Publisitas kelembagaan adalah publisitas yang menyangkut tentang organisasi pada umumnya kegiatan-kegiatan yang dapat dipublikasikan tentunya berupa kegiatan yang dianggap pantas untuk dijadikan berita.

4. Promosi Penjualan

Nickels menyatakan tentang promosi penjualan adalah kegiatan-kegiatan pemasaran selain personal selling, periklanan dan publisitas, yang mendorong efektivitas pembelian konsumen

dan pedagang dengan menggunakan peralatan-peralatan seperti peragaan, pameran, demonstrasi dan sebagainya. (Basu Swastha, 1984 : 279).

Beberapa metode promosi penjualan antara lain :

- a. pemberian contoh
- b. kupon / nota
- c. hadiah
- d. kupon berhadiah
- e. undian
- f. rabat
- g. peragaan

2.2.3 Biro Perjalanan

Biro perjalanan adalah suatu badan usaha dimana operasionalnya meliputi pelayanan semua proses perjalanan dari seseorang sejak berangkat hingga kembali, sehingga mereka merasa nyaman selama dalam perjalanan. (Endar Sugiarto, 1998 : 5).

Agen perjalanan dijadikan sumber pemesanan kamar, karena tamu-tamu yang dibawa oleh travel agent tersebut memerlukan tempat akomodasi. Penggolongan sumber pemesanan kamar tersebut untuk travel agent ada dua macam, yaitu :

1. FIT (Free Independent Traveller atau Free Individual Traveller)
2. GIT (Group Inclusive Tour) atau orang-orang yang mengadakan perjalanan dalam suatu kelompok, biasanya dalam GIT sudah termasuk paket perjalanan:

Perubahan-perubahan yang terjadi dari dalam sektor perhubungan membawa pengaruh yang besar terhadap jumlah dan kelompok orang yang bepergian. Hasil perubahan itu terasa pada daerah yang dikunjungi dan terhadap jenis akomodasi yang dipergunakan. Dengan mempersiapkan alat angkutan yang cepat, nyaman dan murah, perluasan paket wisata memberi kemungkinan kepada masyarakat luas melakukan perjalanan melalui biro perjalanan (Salah Wahab, 1997 : 325).

2.2.4 Syarat-syarat Angkutan

Syarat-syarat angkutan yang harus dipenuhi oleh angkutan agar dapat berfungsi dengan baik ialah : (R.G. Soekadijo, 1997 : 160)

a. Kenyamanan (Comfort)

Orang akan merasa nyaman kalau segala sesuatu yang disekitarnya dan apa yang dibutuhkannya dalam keadaan seperti yang diinginkannya atau mungkin melebihi. Atau dengan singkat kalau segala keinginan dan kebutuhannya terpenuhi dengan baik. Kenyamanan sarana angkutan biasanya berbentuk fasilitas angkutan, pelayanan (service) dan keramah-tamahan (hospitality).

b. Waktu Perjalanan (Time)

Makin singkat waktu perjalanan yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan makin baik, artinya makin besar harapannya bahwa orang akan mengadakan perjalanan ke tujuan. Waktu perjalanan itu sama dengan jarak dibagi dengan kecepatan. Jadi jelaslah bahwa yang mempengaruhi waktu perjalanan itu adalah jarak dan kecepatan kendaraannya. Dengan demikian jelaslah bahwa untuk mendapatkan waktu

perjalanan yang baik atau singkat, orang harus mengatur jarak dan kecepatan kendaraan dengan sebaik-baiknya. Ada suatu hal yang oleh penyelenggara perjalanan harus dijaga betul-betul jangan sampai terjadi, yaitu kembali melalui jalan yang sama, karena hal itu berarti penggandaan jarak.

c. Biaya perjalanan (Rate)

Tinggi rendahnya biaya perjalanan ikut menentukan apakah seseorang mengadakan perjalanan atau tidak, dan apakah akan menggunakan angkutan darat, laut atau udara.

2.2.5 Harga

Harga adalah sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya (Basu Swastha, 1990 : 241).

Setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan tertentu dalam menentukan harga barang atau jasanya. Dapat kita kemukakan apa saja yang menjadi tujuan bagi perusahaan atau penjual dalam menetapkan harga produknya.

Tujuan-tujuan tersebut antara lain :

- a. meningkatkan penjualan
- b. mempertahankan dan memperbaiki market share
- c. stabilisasi harga
- d. mencapai laba maximal

Tingkat harga yang ditetapkan oleh perusahaan ternyata tidak terlepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat harga yang ditetapkan tersebut, yaitu :

1. Kondisi perekonomian

Kondisi perekonomian yang tidak stabil tentu saja akan mempengaruhi tingkat harga. Pada masa resesi misalnya, tingkat harga berada pada suatu tingkatan yang lebih rendah, hal ini mengakibatkan terjadinya kenaikan harga-harga.

2. Penawaran dan permintaan

Sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli pada tingkat harga tertentu berdasarkan hukum permintaan, apabila tingkat harga rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih besar dan sebaliknya jika tingkat harga lebih tinggi akan mengakibatkan jumlah yang diminta lebih rendah. Penawaran merupakan kebalikan dari permintaan, yaitu sejumlah barang yang ditawarkan oleh penjual pada suatu harga tertentu. Harga yang lebih tinggi mendorong jumlah yang ditawarkan lebih besar.

3. Elastisitas Permintaan

Faktor lain yang mempengaruhi penentuan harga yaitu sifat permintaan pasar. Sifat permintaan pasar ini tidak hanya mempengaruhi volume yang dapat dijual. Untuk beberapa jenis barang, harga dan volume berbanding terbalik, jika harga naik maka penjualan akan turun, dan jika harga turun maka penjualan akan naik.

4. Persaingan

Harga barang dapat juga dipengaruhi oleh keadaan persaingan. Dalam keadaan persaingan murni, penjualan yang berjumlah banyak aktif menghadapi pembeli yang banyak pula, sebab penjual dan pembeli yang banyak inilah yang akan mempersulit perseorangan untuk menjual dengan harga yang

lebih tinggi kepada pembeli lain. Selain keadaan persaingan murni terdapat juga persaingan tidak murni seperti oligopoli dan monopoli.

5. Biaya

Harga barang yang ditetapkan dapat juga dipengaruhi oleh biaya yang dikeluarkan untuk membuat produk tersebut. Perusahaan akan menjual produknya dengan harga yang lebih tinggi dari biaya yang dikeluarkan agar memperoleh keuntungan.

6. Tujuan perusahaan

Perusahaan dalam menetapkan harga produknya sering kali mengkaitkannya dengan tujuan perusahaan. Tujuan-tujuan perusahaan tersebut dapat dikemukakan sebagai berikut : antara lain laba maximum, volume penjualan, penguasaan pasar, kembalinya modal yang tertanam dalam jangka waktu tertentu.

7. Pengawasan pemerintah

Harga suatu produk dapat juga dipengaruhi oleh pengawasan yang dilakukan pemerintah dalam bentuk :

- a. Penentuan harga maksimum dan minimum
- b. Diskriminasi harga
- c. Usaha-usaha lain untuk mencegah terjadinya monopoli

Faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pada sebuah hotel banyak sekali. Faktor-faktor tersebut antara lain adalah sebagai berikut : (Endar Sugiarto, 1998 : 17).

1. Tempat

Tempat merupakan lokasi sebuah perusahaan dalam melakukan usahanya untuk menarik konsumen atau pelanggan. Lokasi atau tempat yang strategis maka akan memudahkan konsumen untuk menjangkaunya.

2. Harga

Harga disini adalah sejumlah uang yang digunakan konsumen dalam pembelian atau sewa pada Hotel Sulawesi. Harga sangat berperan dalam pemasaran barang atau jasa, karena dapat mempengaruhi posisi persaingan bagi perusahaan.

3. Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan atau aktifitas yang sifatnya tidak berwujud, yang bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada konsumen tanpa disertai pemindahan kepemilikan atas jasa pelayanan yang diberikan oleh Hotel Sulawesi. Pelayanan ini antara lain meliputi keramahan, suasana hotel dan kecakapan karyawan dalam melayani tamu.

4. Promosi

Untuk dapat menarik konsumen atau pelanggan sebanyak mungkin perlu adanya promosi melalui berbagai media secara kontinyu dan efektif, sehingga usaha peningkatan volume penjualan dapat tercapai.

5. Fasilitas

Fasilitas - fasilitas yang tersedia untuk tamu selama menginap di hotel. Fasilitas ini meliputi sarana olah raga, telepon dan masih banyak lagi. Semakin lengkap dan berkualitas fasilitas tersebut, maka bisa dipastikan volume penjualan juga akan meningkat.

6. Biro perjalanan

Biro perjalanan merupakan usaha pelayanan perjalanan bagi seseorang sejak berangkat hingga kembali. Biro perjalanan mengirimkan bagi pihak hotel.

7. Jumlah kamar

Jumlah kamar yang ada di hotel juga mempengaruhi tingkat hunian kamar. Semakin banyak jumlah kamar hotel, maka keadaan hotel tersebut juga lebih baik dari hotel yang jumlah kamarnya lebih sedikit.

8. Tempat Wisata

Adanya tempat wisata disekitar lokasi hotel menyebabkan banyak orang yang berkunjung dan memerlukan penginapan.

2.2.6 Jenis-jenis Penamaan Kamar di Hotel

Jenis-jenis penamaan kamar hotel antara satu hotel dengan hotel yang lain tidak sama, hal ini ada hubungannya dengan kondisi hotel itu sendiri, jumlah kamar yang tersedia. Perbedaan dalam penamaan jenis kamar dikarenakan atas dasar tingkatan kemewahan dan kenyamanan. Faktor-faktor yang membedakan, antara lain:

- a. Fasilitas yang tersedia di dalam kamar
- b. Luas masing-masing kamar
- c. Amenitis (pengisian kelengkapan dalam suatu kamar)
- d. Tingkat bintang hotel
- e. Harga kamar

Adapun jenis-jenis penamaan kamar yang biasanya ada di hotel adalah sebagai berikut : (Endar Sugiarto, 1998 : 35)

1. Standard Room / Regular Room

Standard room / regular room adalah kamar yang terdapat di dalam sebuah hotel yang mana segala perlengkapan dan fasilitas yang terdapat di dalam kamar kualitasnya sesuai dengan standard yang ditetapkan oleh hotel yang bersangkutan. Fasilitas-fasilitas yang terdapat dalam kamar standar yaitu tempat tidur, kamar mandi, meja kerja, televisi, telepon, lemari es, lemari pakaian, rak koper. Keistimewaan dari kamar standard, yaitu harga kamarnya paling murah di hotel.

2. Deluxe / Superior Room

Deluxe / superior room adalah jenis penamaan di dalam hotel yang mana kondisi kamar ini setingkat lebih baik dari standard room, dengan fasilitas kamar yang sama seperti standard. Bedanya dengan standard room adalah sebagai berikut :

- a. Letak kamar strategis
- b. Arah kamar lebih baik pemandangannya
- c. Mutu bahan untuk mebelan dan perabotan lebih baik dari standard
- d. Ukuran kamar lebih luas dari standard room.

3. Junior Suite

Junior suite adalah kamar yang berukuran besar yang dilengkapi dengan standard bed dan hide-away bed (sofa bed).

4. Suite Room

Suite room adalah salah satu jenis penamaan kamar yang ada di hotel yang mana kamar tersebut dicirikan dengan dua

ruangan yang terpisah dalam satu kamar, yaitu kamar tamu dan kamar tidur. Jenis-jenis penamaan kamar suite room yang ada di hotel, antara lain :

- a. Standard Suite
 - b. Deluxe Suite
 - c. Suite Superior
 - d. Family Suite
 - e. Presidential Suite
 - f. Penthouse
5. Studio Room

Studio room adalah kamar yang dilengkapi dengan studio bed.

2.3 Hipotesis

Berdasarkan tujuan penelitian yang dikemukakan serta landasan teoridapat disusun hipotesis sebagai berikut : Diduga faktor biro perjalanan sebagai sarana promosi, tarif kamar dan jumlah kamar berpengaruh positif terhadap tingkat hunian kamar, baik secara bersama maupun secara parsial.

III. METODOLOGI PENELITIAN



Mak UPT Perpustakaan
UNIVERSITAS JEMBER

3.1 Rancangan Penelitian

3.1.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan wawancara langsung ke PT. Hotel Sulawesi untuk mendapatkan informasi tentang obyek yang diteliti seperti pengamatan terhadap keadaan hotel, fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh hotel, jumlah biro perjalanan sebagai sarana promosi, harga atau tarif kamar dan jumlah kamar yang ada di Hotel Sulawesi Jember.

3.2 Unit Analisis

Unit analisis dalam penelitian ini adalah pengaruh faktor-faktor jumlah biro perjalanan sebagai sarana promosi, harga atau tarif kamar dan jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar. Berdasarkan perumusan masalah dan hipotesis yang diajukan, maka variabel yang akan dianalisis adalah sebagai berikut :

1. Variabel bebas atau variabel independen (x) adalah variabel-variabel yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pada Hotel Sulawesi :

x_1 = jumlah biro perjalanan (dalam satuan unit)

x_2 = tarif kamar (dalam satuan rupiah)

x_3 = jumlah kamar hotel (dalam satuan unit)

2. Variabel tergantung atau variabel dependen (y) adalah tingkat hunian kamar pada Hotel Sulawesi di Jember (dalam satuan orang).

3.3 Prosedur Pengumpulan Data

Prosedur yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah :

1. Data primer adalah informasi yang diperoleh secara langsung di tempat penelitian yang menjadi obyek penelitian yaitu pada Hotel Sulawesi.
2. Data sekunder adalah data yang dikumpulkan secara tidak langsung dari sumber-sumber lain seperti dari brosur-brosur, majalah, laporan-laporan dan studi literatur untuk masalah yang berkaitan dengan penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan data series, dari tahun 1997 - 2000.

3.4 Metode Analisis Data

Pengaruh faktor biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar dapat diketahui dengan langkah-langkah sebagai berikut :

3.4.1 Uji Regresi Linier Berganda

Untuk mengetahui pengaruh faktor jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar dengan menggunakan regresi linier berganda. (J. Supranto, 1993:55),

$$Y = b_0 + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

dimana :

- Y = tingkat hunian kamar (orang)
- b_0 = bilangan konstanta
- x_1 = jumlah biro perjalanan (unit)
- x_2 = tarif kamar (rupiah)
- x_3 = jumlah kamar (unit)
- e = variabel pengganggu
- b_1 = besarnya pengaruh variabel jumlah biro perjalanan terhadap tingkat hunian kamar jika variabel x_2 , dan x_3 dianggap konstan.
- b_2 = besarnya pengaruh variabel tarif kamar terhadap tingkat hunian kamar jika variabel x_1 , dan x_3 dianggap konstan.
- b_3 = besarnya pengaruh variabel jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar jika variabel x_1 , dan x_2 dianggap konstan.

Menentukan formulasi pengujian hipotesis secara statistik sebagai berikut :

- $H_0 : b_1 : b_2 : b_3 = 0$,

Berarti tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2), dan jumlah kamar (x_3) terhadap Y.

- $H_1 : b_1 : b_2 : b_3 \neq 0$,

Berarti paling sedikit ada pengaruh yang signifikan antara variabel jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2), dan jumlah kamar (x_3) terhadap Y.

3.4.2 Pengujian Secara Bersama-sama

Untuk mengetahui pengaruh dan seberapa besar proporsi sumbangan faktor – faktor yang diteliti, yaitu jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2), dan jumlah kamar (x_3) secara bersama-sama terhadap tingkat hunian kamar (Y), digunakan langkah-langkah sebagai berikut :

- a. Uji F atau F-test
- b. Uji Koefisien Determinasi berganda

a. Uji- F

Untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama dari faktor biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar digunakan pengujian secara serempak dengan uji-F. (J. Supranto, 1993 : 168).

Langkah – langkah yang digunakan yaitu :

1. Menentukan formulasi pengujian hipotesis secara statistik

- $H_0 : b_1 = 0,$

Artinya bahwa faktor – faktor jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

- $H_1 : b_1 \neq 0,$

Artinya bahwa faktor – faktor jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

2. Menentukan level of significant.
3. Perhitungan

$$F - \text{hitung} = \frac{R^2 / k - 1}{1 - R^2 / n - k}$$

dimana :

k = banyaknya variabel

n = banyaknya data

R^2 = koefisien penentu berganda

4. Pengambilan Keputusan

a) Apabila $F - \text{hitung} \leq F_{\alpha} (k - 1) (n - k)$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel x_1 , x_2 , atau x_3 terhadap Y .

b) Apabila $F - \text{hitung} \geq F_{\alpha} (k - 1) (n - k)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel x_1 , x_2 , atau x_3 terhadap Y .

b. Uji Koefisien determinasi berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh atau proporsi sumbangan variabel bebas, yaitu jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2), dan jumlah kamar (x_3) secara bersama-sama terhadap variabel terikat, yaitu tingkat hunian kamar (Y), maka digunakan rumus koefisien determinasi berganda (J. Supranto, 1993:289)

$$R^2 = \frac{b_1 \sum x_1 Y + b_2 \sum x_2 Y + b_3 \sum x_3 Y}{\sum Y^2}$$

dimana :

- R^2 = koefisien penentu berganda
- b = koefisien regresi linier
- x = variabel independen
- y = variabel dependen

3.4.3 Pengujian Secara Parsial

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing koefisien regresi variabel bebas, yaitu jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3), terhadap variabel terikat (tingkat hunian kamar), ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi parsialnya, dan apakah hubungan itu signifikan atau tidak, maka perlu diuji dengan menggunakan uji t.

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh dan variabel mana yang paling dominan mempengaruhi tingkat hunian kamar akan dilakukan langkah - langkah sebagai berikut :

- a. Uji - t
- b. Uji Koefisien Korelasi Parsial

a. Uji - t

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh variabel-variabel bebas tersebut terhadap variabel terikat, maka digunakan uji - t (D. Gujarati, 1991:101). Sehingga akan diketahui apakah hubungan itu signifikan atau tidak.

Langkah - langkah yang digunakan :

1. Menentukan formulasi pengujian hipotesis secara statistik.

- $H_0 : b_i = 0,$

Artinya bahwa faktor – faktor jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3) secara individu tidak berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

- $H_i : b_i \neq 0,$

Artinya bahwa faktor – faktor jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3) secara individu berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

2. Menentukan level of significant.

3. Perhitungan

$$t_0 = \frac{b_i}{S_{b_i}}$$

dimana :

$b_i = b_1, b_2, b_3$

$S_{b_i} = \text{standart error dari } b_i$

4. Pengambilan Keputusan

a) Apabila $t - \text{hitung} \leq t_{1/2} \times (n - k - 1)$ atau $-(t - \text{hitung}) - (t_{1/2} \times (n - k - 1))$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya variabel $x_1, x_2,$ atau x_3 secara parsial tidak mempunyai pengaruh (tidak signifikan) terhadap variabel Y

b) H_0 ditolak apabila $t - \text{hitung} > t_{1/2} \times (n - k - 1)$ atau $-(t - \text{hitung}) < - (t_{1/2} \times (n - k - 1))$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya variabel $x_1, x_2,$ atau x_3 secara parsial mempunyai pengaruh (signifikan) terhadap variabel Y.

b. Uji Koefisien Korelasi Parsial

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh secara parsial dari faktor biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar digunakan analisis koefisien korelasi parsial. Dan dengan demikian akan diketahui faktor mana yang lebih dominan mempengaruhi tingkat hunian kamar. Pengujiannya adalah dengan uji koefisien korelasi parsial dengan rumus : (Anto Dajan, 1990:213)

$$r_{x_i y} = \frac{\sum x_i y}{\sqrt{x_i^2} \cdot \sqrt{y^2}}$$

dimana :

x_i = variabel independen

y = variabel dependen

3.5 Definisi Variabel Operasional dan Pengukurannya

Agar tidak terjadi salah pengertian dan meluasnya permasalahan dalam penelitian ini, maka akan dijelaskan definisi operasional dari variabel yang ada dalam model dan diberikan batasan-batasan sebagai berikut :

1. Tingkat hunian kamar (y) adalah besarnya jumlah tamu yang menginap di kamar standart pada Hotel Sulawesi dan dinyatakan dalam satuan orang.
2. Jumlah biro perjalanan (x_1) adalah jumlah biro perjalanan umum dan agen perjalanan yang ada dan yang dihubungi oleh pihak Hotel Sulawesi sebagai salah satu sarana promosi. Biro perjalanan umum merupakan badan yang dapat

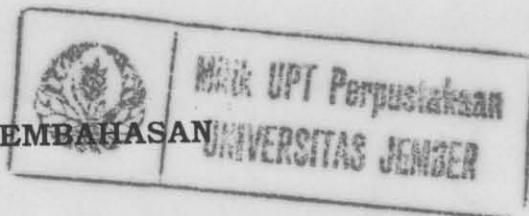
menyelenggarakan kegiatan pariwisata selain menjual jasa. Agen perjalanan adalah badan perantara untuk menjual atau mengurus jasa bagi orang yang akan melakukan perjalanan, ukuran penelitian ini dinyatakan dalam satuan unit.

3. Tarif kamar (x_2) adalah harga yang harus dibayar oleh para pengunjung hotel yang menginap pada kamar standart di Hotel Sulawesi yang dinyatakan dalam rupiah.
4. Jumlah kamar hotel (x_3) adalah banyaknya kamar di hotel Sulawesi yang dinyatakan dalam satuan unit.

Tingkat hunian kamar yang ada di hotel Sulawesi ada 4 (empat) type yaitu tingkat hunian kamar suite, tingkat hunian kamar deluxe, tingkat hunian kamar superior dan tingkat hunian kamar standart. Dalam skripsi ini yang digunakan adalah tingkat hunian kamar standart, karena tingkat huniannya paling tinggi dibandingkan dengan yang lain.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar hotel antara lain lokasi hotel, pelayanan, tempat wisata, tarif kamar, fasilitas, biro perjalanan, jumlah kamar, atraksi budaya dan lain-lain.

Karena banyaknya faktor tersebut, maka pembahasan dalam skripsi ini dibatasi bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat hunian kamar standart adalah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar standart.



IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1. Sejarah Singkat Perusahaan

Perusahaan ini bernama PT. Hotel Sulawesi yang terletak di Jalan Letjend. Suprpto No. 48 Jember, Jawa Timur. PT Hotel Sulawesi merupakan perusahaan perseorangan yang dipimpin oleh general manager yang sekaligus menjadi pemilik dari perusahaan. PT Hotel Sulawesi berdiri pada tanggal 17 Maret 1997 dengan ijin usaha No. 503/2250/108.31/1994 tertanggal 17 Maret 1997. Ijin usaha ini adalah yang terbaru.

Hotel ini di bangun di atas tanah seluas 6.690 m². Jumlah kamar pada hotel ini adalah sebanyak 61 (enam puluh satu) kamar dan terdiri dari empat macam tipe dengan perincian sebagai berikut :

1. Executive Suite Room : 2 Kamar
2. Junior Suite Room : 3 Kamar
3. Superior Room : 12 Kamar
4. Standart Room : 53 Kamar

Berdasarkan Surat Keputusan Menparpostel No. KM 94 / II K.103 / MPPT 87, Surat Keputusan Menparsebud Kep. III / M. PSB / 1998, dan Surat Keputusan Dirjen Pariwisata No. 14 - 4 / II / 1998, Hotel Sulawesi ditetapkan sebagai hotel melati, hal ini ditetapkan berdasarkan fasilitas-fasilitas yang dimiliki perusahaan yang sesuai dengan kriteria-kriteria hotel berpredikat melati.

4.1.2. Prinsip-prinsip Organisasi Perusahaan

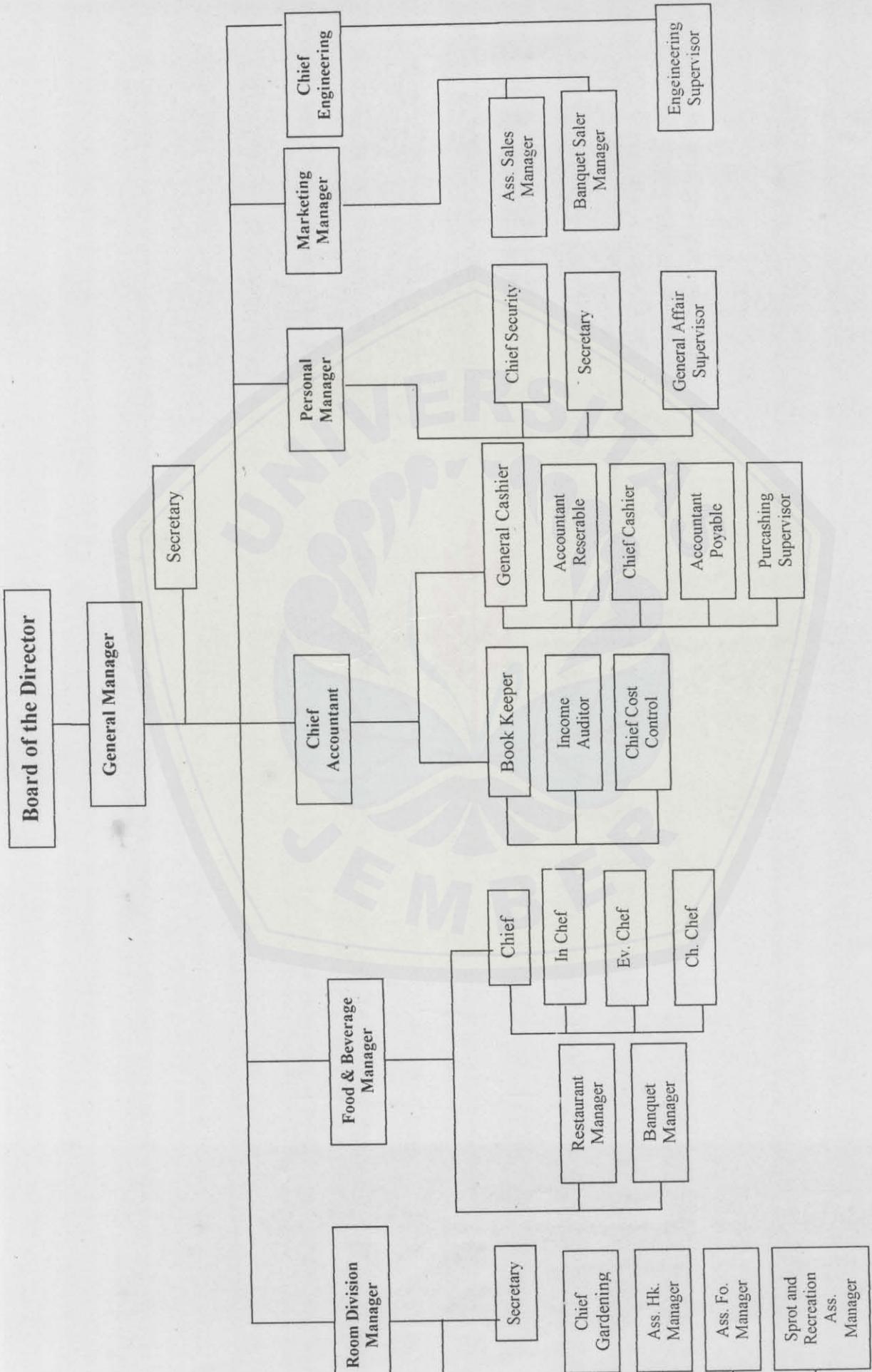
Para tamu dan langganan di Hotel Sulawesi pada umumnya dari kalangan bisnisan, instansi pemerintah dan wisatawan asing maupun domestik yang biasanya transit di Jember. Dalam menjalankan usahanya Hotel Sulawesi memiliki motto "*Senyaman bagaikan di rumah sendiri*" yang maksudnya adalah bahwa pelayanan pada pelanggan dilakukan sebaik mungkin dan menganggap tamu seperti keluarga sendiri agar mereka merasa nyaman seperti berada di rumah sendiri.

Motto ini selalu ditanamkan pada setiap karyawan, sebab pada dasarnya hotel tidak menjual produk tetapi jasa. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan para pelanggan memilih Hotel Sulawesi bila berkunjung ke Jember.

4.1.3. Struktur Organisasi Perusahaan

Struktur organisasi adalah gambaran secara sistematis tentang hubungan kerja sama orang-orang yang terdapat dalam suatu badan dalam rangka mencapai sesuatu tujuan.

Hotel Sulawesi mempunyai struktur organisasi sebagai berikut :



Gambar 1. Struktur Organisasi PT. Hotel Sulawesi Jember.
 Sumber data : PT. Hotel Sulawesi

Dari gambar tersebut diatas dan berdasarkan wawancara penulis dengan personalia, diketahui bahwa organisasi PT. Hotel Sulawesi di bagi kedalam dua bagian besar, yaitu :

1. Bagian yang menyiapkan dan menjual kamar serta pekerjaan-pekerjaan yang berkaitan dengan hal itu disebut Room Division.
2. Bagian yang menyiapkan dan menjual makanan dan minuman serta pekerjaan-pekerjaan yang berkaitan dengan hal itu disebut Food and Beverage Departement.

Pembagian tugas dan kewajiban masing-masing personel dalam struktur organisasi tersebut adalah sebagai berikut :

1. Board of the Directors (B.O.D)
 - a. Merupakan pemilik dan pimpinan tertinggi perusahaan
 - b. Merencanakan, mengarahkan dan mengawasi segala sesuatu yang ada pada perusahaan.
 - c. Menjaga kondisi dan lingkungan pekerjaan yang harmonis.
2. General Manager (GM)
 - a. Mengawasi dan mengatur pelaksanaan kerja masing-masing bagian.
 - b. Menggunakan wewenang sebagai pimpinan hotel.
 - c. Membina kerja sama antara bawahan dan atasan.
3. Room Division Manager (RDM)
 - a. Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi operasi divisi kamar.
 - b. Bertanggung-jawab atas pelaksanaan kerja bagian kantor depan, tata graha, pemeliharaan peralatan gedung dan bagian rekreasi.

- c. Bertanggung-jawab atas penggunaan alat bagian divisi kamar sebagaimana mestinya.
4. Food and Beverage Manager (FB)
 - a. Merencanakan, mengatur, melaksanakan dan mengawasi pelayanan makanan dan minuman.
 - b. Mengawasi, melaporkan dan membuat order perbaikan bila ada peralatan masak yang rusak.
 - c. Menangani keluhan tamu dalam pelayanan makanan dan minuman.
 - d. Memberikan pertanggung-jawaban pada General Manager.
5. Chief Accountant (CA)
 - a. Merencanakan, melaksanakan dan mengawasi kegiatan administrasi keuangan hotel.
 - b. Bertanggung-jawab atas pelaksanaan tugas lalu lintas keuangan dan laporan keuangan hotel.
 - c. Memberikan pertanggung-jawaban kepada General Manager.
6. Personal Manager (PM)
 - a. Menyusun dan mengurus secara sistematis arsip dan dokumentasi kepegawaian.
 - b. Mengurus penerimaan karyawan baru yang meliputi panggilan, seleksi, psikotes dan sebagainya yang dibutuhkan hotel atas perintah manager.
 - c. Memberikan pertanggung-jawaban pada General Manager.
7. Marketing Manager (MM)
 - a. Merencanakan dan melaksanakan pemasaran untuk meningkatkan hunian kamar.

- b. Menghubungi biro perjalanan yang bergerak dalam bidang pemesanan kamar.
 - c. Merencanakan dan menyusun anggaran pemasaran.
 - d. Memberikan pertanggung-jawaban pada General Manager.
8. Chief Engineering (CE)
- a. Menjaga kelancaraan, kesempurnaan, pemeliharaan dan perawatan segala macam peralatan teknik yang dipergunakan dalam lingkungan hotel.
 - b. Membuat perencanaan dalam rangka pemeliharaan alat-alat listrik yang ada di hotel.
 - c. Memberikan pertanggung-jawaban pada General Manager.

4.1.4 Tenaga Kerja

a. Jumlah Tenaga Kerja

Jumlah tenaga kerja yang ada di Hotel Sulawesi adalah (65) enam puluh lima orang, dengan perincian sebagai berikut :

1. General Manager berjumlah satu orang yang merupakan pemilik dari perusahaan PT. Hotel Sulawesi.
2. Personalia berjumlah (5) lima orang.
3. Front Office berjumlah (10) sepuluh orang.
4. Food and Beverage berjumlah (10) sepuluh orang.
5. Financial Accounting berjumlah (5) lima orang.
6. House Keeping berjumlah (12) dua belas orang
7. Security berjumlah (6) enam orang.
8. Kitchen berjumlah (9) sembilan orang.
9. Engine berjumlah (7) tujuh orang.

Upah atau gaji yang diberikan kepada karyawan berdasarkan upah minimum regional atau UMR.

Gaji yang diterima selain gaji pokok juga ditambah dengan tunjangan jabatan bila mempunyai jabatan. Insentif diberikan pada pertengahan bulan, besarnya disesuaikan dengan besarnya tingkat hunian kamar.

Karyawan juga menerima jaminan kesejahteraan sosial, antara lain :

5. Jamsostek
6. Seragam

c. Jam Kerja

Kegiatan pelayanan dilakukan setiap hari selama 24 jam. Karyawan yang bertugas dibagi dalam 3 (tiga) kelompok kerja (shift), yaitu:

- | | |
|------------------|-----------------|
| I. Shift Pagi | : 07.00 – 15.00 |
| II. Shift Sore | : 15.00 – 23.00 |
| III. Shift Malam | : 23.00 – 07.00 |

Pembagian shift-shift tersebut bergantian sedemikian rupa antar karyawan, sehingga pembagian jadwal kerja dapat berjalan secara adil dan merata.

4.1.5. Fasilitas-fasilitas Hotel

a. Fasilitas Kamar

Hotel Sulawesi mempunyai 61 kamar dengan empat type yang berbeda dan dengan fasilitas-fasilitas yang disesuaikan dengan type yang ada.

Type-type kamar dengan fasilitas - fasilitasnya antara lain yaitu :

1. Type Executive Suite Room

Fasilitas-fasilitas :

- Tempat tidur king size
- Sofa satu set
- TV 21 inch
- Meja makan
- Kulkas
- Telephon
- Pemanas air
- Kamar mandi bath tub
- Dua botol Aqua free
- Bunga + buah bila ada reservasi

2. Type Junior Suite Room

Fasilitas-fasilitas :

- Tempat Tidur King Size
- 1 (satu) meja dan 1 (satu) sofa
- TV 21 inch
- Meja makan
- Telephon
- Kulkas
- Kamar mandi bath tub
- 2 (dua) botol Aqua free
- Bunga bila ada reservasi

3. Type Superior Room

Fasilitas-fasilitas :

- Tempat Tidur Single / Double
- 1 (satu) meja kecil dan 1 (satu) sofa
- TV 14 inch
- Telephon
- Kulkas
- Kamar mandi bath tub
- 2 (dua) botol Aqua free

4. Type Standart Room

Fasilitas-fasilitas :

- Tempat Tidur Double
- TV 14 inch
- Kulkas
- Telephon
- Kamar mandi bath tub
- 2 (dua) botol Aqua free

b. Fasilitas Lain

Dalam operasionalnya Hotel Sulawesi mempunyai atau menyediakan fasilitas yang diperlukan oleh tamu, yang digunakan untuk kepuasan pelanggan. Fasilitas yang diberikan oleh pihak hotel adalah sebagai berikut :

1. Restaurant dan Bar

- Coffee Shop

Menyediakan masakan Indonesia, Eropa dan China selama 24 (dua puluh empat) jam.

- Restaurant

Menyediakan makanan prasmanan (banquet).

Menyediakan makanan ringan dan minuman dari jam 18.00 sampai jam 23.00.

2. Karaoke Bar

4.1.6. Proses Penerimaan Tamu

Penerimaan tamu adalah salah satu bagian dari operasional sebuah hotel. Proses penerimaan dan pelayanan tamu hotel pada prinsipnya meliputi pemesanan, penyediaan kamar dan pembayaran. Adapun tata cara penerimaan tamu hotel hingga tamu meninggalkan hotel adalah sebagai berikut:

1. Tamu yang diharapkan datang biasanya telah membuat pemesanan kamar terlebih dahulu, apakah itu melalui agen perjalanan atau melalui dirinya sendiri.
2. Dari sudut kuantitas tamu yang datang dibagi dalam dua bagian yaitu:
 - a) Secara berkelompok (grup).
 - b) Secara perorangan (Individu)
3. Prosedur penerimaan tamu yang ada di hotel pada dasarnya sama, yaitu :
 - a. Tiba dihalaman hotel (tamu masih di dalam mobil) dibukakan oleh Bellboy, kemudian diantar kebagian penerimaan tamu (Reception Desk).
 - b. Bagian reception menanyakan, apakah tamu sudah pesan kamar atau belum.

c. Di Reception Desk, setelah dapat kamar, tamu diminta mengisi registrasi card, yang memuat tentang :

1. Nama Tamu
2. Tanggal datang dan Check out
3. Kebangsaan
4. Alamat
5. Pasport
6. Tujuan kunjungan (wisata/bisnis)
7. Tanda tangan

Pada saat pengisian formulir itu dinyatakan pula voucher atau surat pertanggungjawaban pembayaran selama mereka menginap.

d. Setelah mengisi registrasi card dan informasi basa-basi dari Front Office Staf (FOS), maka oleh Bellboy tamu diantar ke kamar berikut barangnya.

e. Atas surat pertanggungjawaban pembayaran yang diserahkan oleh tamu, FOS bisa tahu apa saja yang ditanggung oleh agen perjalanan selama tinggal dihotel, seperti :

1. Tanggungan kamar
2. Tanggungan kamar dan makan pagi
3. Tanggungan kamar, makan pagi, makan siang dan makan malam.

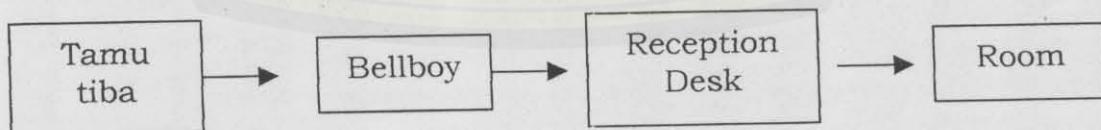
Apabila tamu datang sendiri tanpa pesanan, maka kita minta uang muka (deposit) minimal satu kali harga kamar, untuk menghindari tamu melarikan diri.

f. Dengan data yang ada termasuk voucher, oleh FOS dibuatkan rekening yang selanjutnya diserahkan ke Front

Office Cashier (FOC). Bill-bill ini dibuat dalam dua bentuk, yaitu :

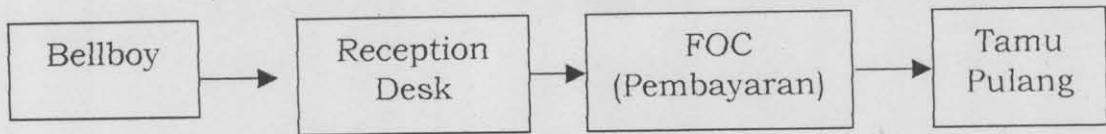
1. Master bill, untuk semua tanggungan
 2. Extra bill, untuk bill diluar tanggungan.
- g. Bila tamu ingin menggunakan fasilitas hotel, seperti : makan di restaurant, telepon, laundry, maka tamu dapat menempuh dua jalan, yaitu :
1. Bayar secara kontan
 2. Dibebankan ke rekening dengan memberikan nama, tanda tangan, serta nomor kamar untuk selanjutnya oleh masing-masing kasir dikirim ke FOC.
4. Apabila tamu akan meninggalkan hotel (Check Out), maka :
- a) Tamu menghubungi Bellboy untuk mengambil barangnya dari kamar untuk dibawa ke lobi.
 - b) Tamu menyerahkan kunci ke Reception Desk.
 - c) Dipersilahkan melakukan pembayaran pada FOC.
 - d) Bellboy mempersiapkan kendaraan untuk tamu.
 - e) Tamu meninggalkan hotel.

Proses penerimaan tamu dan kepulangan tamu ditunjukkan dalam gambar berikut :



Gambar 2. Proses Penerimaan Tamu

Sumber data : PT. Hotel Sulawesi, Jember



Gambar 3. Proses Kepulangan Tamu

Sumber data : PT. Hotel Sulawesi, Jember.

4.1.7. Daerah Pemasaran

Prospek bisnis perhotelan dalam menunjang kepariwisataan di Indonesia cukup menjanjikan. Sebagai peluang bisnis yang menjanjikan, seiring dengan meningkatnya pembangunan bidang kepariwisataan yang sedang digerakkan oleh pemerintah. Oleh karena itu Hotel Sulawesi menetapkan daerah pemasaran di dalam dan diluar kota.

4.1.8. Peranan Biro Perjalanan

Pata tamu yang datang dan menginap di Hotel Sulawesi tidak semuanya tahu tentang Hotel Sulawesi. Ada yang datang karena biro perjalanan / travel agent yang mereka hubungi, sehingga secara tidak langsung meningkatkan hunian kamar hotel. Selain itu pihak Hotel Sulawesi juga mengadakan kerja sama dengan biro-biro perjalanan. Jumlah biro perjalanan yang dihubungi oleh Hotel Sulawesi dan biro perjalanan yang mengirimkan konsumen terdapat pada tabel di bawah ini :

Tabel 1. Jumlah Biro Perjalanan pada PT. Hotel Sulawesi yang mengirimkan konsumen baik yang dihubungi maupun yang tidak dihubungi pada Tahun 1997 – 2000 (dalam unit)

Tahun	Kwartal	Biro Perjalanan yang dihubungi dan mengirimkan konsumen	Biro Perjalanan yang tidak dihubungi tetapi mengirim konsumen	Total
1997	I	4	5	9
	II	2	4	6
	III	5	4	9
1998	I	4	9	13
	II	5	9	14
	III	6	10	16
1999	I	1	4	5
	II	4	8	12
	III	1	2	3
2000	I	2	5	7
	II	3	7	10

Sumber data : PT. Hotel Sulawesi

4.1.9. Tarif atau Harga Kamar

Tarif kamar yang ada di Hotel Sulawesi banyak mengalami perubahan. Hal ini akibat adanya faktor krisis moneter yang terjadi. Adapun tarif kamar yang ada di Hotel Sulawesi dari tahun 1997 – 2000 adalah sebagai berikut :

- 1) Executive Suite : Rp. 170.000,-
 2) Junior Suite : Rp. 140.000,-
 3) Superior : Rp. 110.000,-
 4) Standart : Rp. 85.000,-

Tarif kamar pada Hotel Sulawesi dari tahun 1997 sampai dengan tahun 2000 dapat dilihat pada tabel di bawah ini :

Tabel 2. Tarif kamar pada Hotel Sulawesi Tahun 1997 – 2000 (dalam ribu rupiah)

Tahun	Kwartal	TYPE				
		Executive Suite	Junior Suite	Superior	Standart	Total
1997	I	17340	21840	68420	124270	231870
	II	15640	16800	55220	105910	193570
	III	19550	21560	70950	134470	246530
1998	I	24140	27860	82610	134895	269505
	II	18700	27440	77880	165240	289260
	III	24140	27850	101640	150705	212859
1999	I	14280	23520	60390	11560	213450
	II	17340	21420	84700	165410	288870
	III	6290	13020	92510	76925	188745
2000	I	15130	22540	62260	118235	218165
	II	17170	20020	75240	142205	254635

Sumber data : PT. Hotel Sulawesi

4.1.10. Jumlah Kamar

Jumlah kamar yang tersedia dan yang terjual pada Hotel Sulawesi tidak selalu sama setiap harinya. Artinya bahwa kamar yang tersedia tidak semuanya bisa dijual karena keadaan kamar tersebut yang tidak memungkinkan untuk dijual pada konsumen. Adapun tabel kamar yang tersedia dan yang terjual pada periode 1997 - 2000 terdapat pada tabel berikut :

Tabel 3. Jumlah Kamar yang Tersedia pada Hotel Sulawesi Tahun 1997 – 2000 (dalam unit)

Tahun	Kwartal	TYPE				
		Executive Suite	Junior Suite	Superior	Standart	Total
1997	I	113	190	579	1475	2357
	II	102	173	532	1361	2168
	III	133	219	660	1666	2678
1998	I	156	254	756	1897	3063
	II	162	263	783	1964	3172
	III	233	370	1080	2676	4359
1999	I	107	180	552	1408	2247
	II	162	263	782	1960	3167
	III	58	108	350	925	1441
2000	I	105	177	604	1448	2214
	II	137	226	739	1775	2757

Sumber data : PT. Hotel Sulawesi

Tabel 4. Jumlah Kamar Terjual pada Hotel Sulawesi Tahun 1997 – 2000 (dalam unit)

Tahun	Kwartal	TYPE				
		Executive Suite	Junior Suite	Superior	Standart	Total
1997	I	102	156	622	1462	2342
	II	92	120	502	1246	1960
	III	115	154	645	1582	2496
1998	I	142	199	751	1837	2929
	II	110	196	708	1944	2958
	III	142	197	924	1773	3036
1999	I	84	168	549	1356	2157
	II	102	153	770	1946	2971
	III	37	93	321	902	1353
2000	I	89	161	566	1391	2207
	II	101	143	684	1673	2601

Sumber data : PT. Hotel Sulawesi

4.1.11. Tingkat Hunian Kamar

Tingkat hunian kamar atau tamu yang menginap pada Hotel Sulawesi tiap tahun mengalami fluktuasi. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Tingkat hunian kamar ini terdapat pada tabel berikut :

Tabel 5. Tingkat Hunian Kamar pada Hotel Sulawesi Tahun 1997 – 2000 (dalam orang)

Tahun	Kwartal	TYPE				
		Executive Suite	Junior Suite	Superior	Standart	Total
1997	I	217	379	1187	2952	4745
	II	203	329	1003	2478	4013
	III	271	432	1289	3164	5156
1998	I	322	508	1501	3673	6004
	II	349	549	1615	3948	6461
	III	489	754	2186	5317	8743
1999	I	225	363	1098	2707	4393
	II	352	553	1626	3973	6504
	III	144	242	8762	1901	3049
2000	I	233	375	1131	2784	4523
	II	289	459	1365	3345	5458

Sumber data : PT. Hotel Sulawesi

4.2 Analisis Hasil Penelitian

Analisis data dalam permasalahan ini menggunakan beberapa metode pengujian. Dasar analisis pengujian dengan menggunakan metode regresi linier berganda. Dari hasil analisis tersebut nantinya diharapkan dapat ditentukan pengaruh dan hubungan antara variabel - variabel biro perjalanan, tarif kamar, dan jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar.

4.2.1 Analisis Regresi Dari Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui variabel yang mempengaruhi tingkat hunian kamar pada hotel Sulawesi di Jember.

Untuk mengetahui pengaruh antara variabel jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar, maka digunakan analisis regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut :

$$Y = b_0 + b_1 x_1 + b_2 x_2 + b_3 x_3 + e$$

Analisis Regresi Linier Berganda ini menggunakan program komputer SPSS. Berdasarkan perhitungan yang ada di lampiran 2, maka dapat diperoleh suatu persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2847,192 + 246,509 x_1 - 0,01740 x_2 + 1,757 x_3$$

Sifat hubungan antara variabel tergantung (Y) dengan masing-masing variabel bebas (x_1 , x_2 , x_3) adalah konstan. Hal ini dapat dilihat pada tanda koefisien regresi linier berganda untuk masing-masing koefisien seperti diatas.

Dari persamaan diatas, maka dapat dijelaskan bagaimana pengaruh variabel jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar. Dan secara rinci maksud dari persamaan tersebut diatas adalah :

- a. Untuk konstanta besarnya 2847,192 yang menunjukkan bahwa apabila jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar besarnya adalah konstan, maka tingkat hunian kamar yang terjadi sebesar 2847,192 .
- b. Untuk variabel jumlah biro perjalanan besarnya 246,509 yang berarti apabila jumlah biro perjalanan ditingkatkan pengadaannya sebesar 1 (satu) unit, maka tingkat hunian kamar akan meningkat sebesar 246,509 unit dengan asumsi tidak ada perubahan pada variabel tarif kamar dan jumlah kamar atau dengan kata lain variabel bebas yang lain konstan.
- c. Untuk variabel tarif kamar besarnya -0,01740 yang berarti apabila tarif kamar ditingkatkan sebesar 1 (satu) satuan, maka tingkat hunian kamar akan turun sebesar 0,01740 unit, dengan asumsi tidak ada perubahan pada variabel jumlah biro perjalanan dan jumlah kamar atau dengan kata lain variabel bebas yang lain konstan.
- d. Untuk variabel jumlah kamar besarnya 1,757 yang berarti apabila jumlah kamar ditingkatkan jumlahnya sebesar 1 (satu) unit, maka tingkat hunian kamar akan naik sebesar 1,757 unit, dengan asumsi tidak ada perubahan pada variabel jumlah biro perjalanan dan tarif kamar atau dengan kata lain bebas yang lain konstan.

4.2.2 Pengujian Secara Serempak

a. Koefisien Determinasi Berganda

Untuk mengetahui besarnya koefisien regresi yaitu variabel x_1 , x_2 dan x_3 secara bersama - sama terhadap variasi besar kecilnya tingkat hunian kamar digunakan Koefisien Determinasi Berganda. Dengan menghitung koefisien determinasi berganda berdasarkan lampiran 3, maka diperoleh hasil :

$$R^2 = 0,952$$

Ini menunjukkan bahwa variabel-variabel bebas yang meliputi jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3), secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi variabel terikat tingkat hunian kamar sebesar 95,20 % , perubahan variabel terikat yaitu tingkat hunian kamar, disebabkan oleh perubahan variabel bebas, yaitu variabel jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar secara bersama-sama. Sedangkan sisanya sebesar 4,80 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam model penelitian atau yang berada diluar model, seperti pelayanan, letak lokasi hotel, dan lain-lain.

b. Pengujian dengan F- test

Pengujian ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah variabel - variabel bebas yaitu variabel jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3) secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel tidak bebas (Y). Adapun untuk menguji hal tersebut digunakan analisis uji F atau dikenal dengan nama F-Test. Langkah - langkah pengujiannya adalah :

- a. Menentukan formulasi pengujian hipotesis secara statistik
- $H_0 : b_1 = 0$,
Artinya bahwa faktor – faktor jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3) secara bersama-sama tidak berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar.
 - $H_1 : b_1 \neq 0$,
Artinya bahwa faktor – faktor jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3) secara bersama-sama berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar.
- b. Level of significant adalah 0,05
- c. Kriteria pengujian
- Apabila $F - \text{hitung} \leq F_{\alpha} (k - 1) (n - k)$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, sehingga tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel x_1 , x_2 , atau x_3 terhadap Y .
 - Apabila $F - \text{hitung} \geq F_{\alpha} (k - 1) (n - k)$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel x_1 , x_2 , atau x_3 terhadap Y .

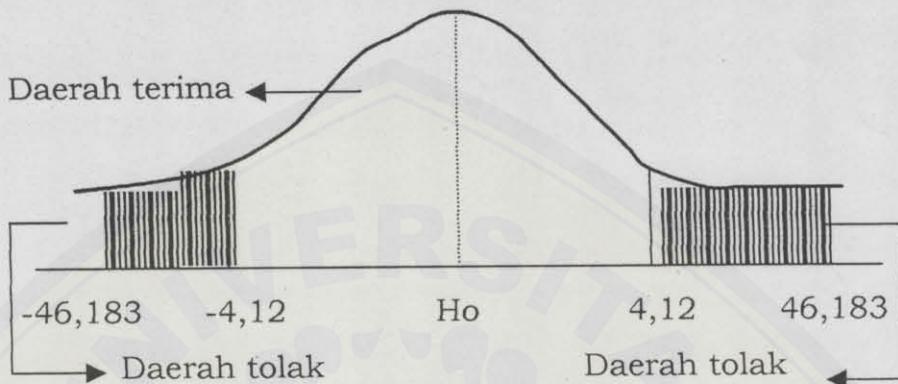
Dengan memperhatikan langkah - langkah uji - F diatas dan dari perhitungan pada lampiran 2, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

$$F - \text{hitung} = 46,183$$

$$F - \text{tabel} (3)(7) = 4,35$$

Karena $F - \text{hitung} = 46,183$ lebih besar dari F tabel (3)(7), maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, maksudnya adalah secara bersama - sama dan signifikan variabel - variabel biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3) berpengaruh terhadap

tingkat hunian kamar. Dan jika pengaruh tersebut digambarkan dalam bentuk kurve normal maka akan terlihat seperti di bawah ini :



Gambar 4. Kurve normal untuk uji - F

Daerah tolak merupakan daerah yang berada antara nilai $-4,12$ sampai dengan $-46,183$ dan daerah yang berada antara $4,12$ sampai dengan $46,183$.

Sedangkan daerah terima merupakan daerah yang berada antara nilai $-4,12$ sampai dengan nilai $4,12$.

4.2.3 Pengujian Secara Individu

Untuk mengetahui pengaruh masing-masing koefisien regresi variabel bebas, yaitu jumlah biro perjalanan (x_1), tarif kamar (x_2) dan jumlah kamar (x_3), terhadap variabel terikat (tingkat hunian kamar), ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi parsialnya, dan apakah hubungan itu signifikan atau tidak, maka perlu diuji dengan menggunakan uji t.

Dan untuk mengetahui bagaimana pengaruh dan variabel mana yang paling dominan mempengaruhi tingkat hunian kamar akan dilakukan langkah - langkah sebagai berikut :

- a. Uji - t
- b. Koefisien Korelasi Partial

a. Pengujian Koefisien Regresi Berganda Secara Individu dengan t- test

Untuk menguji pengaruh variabel -variabel bebas (x_1, x_2 dan x_3) terhadap variabel tergantung (Y), dilakukan dengan uji - t, dengan langkah - langkah sebagai berikut :

1. Menentukan formulasi pengujian hipotesis secara statistik

$H_0 : b_j = 0$, artinya bahwa variabel - variabel x_1, x_2 dan x_3 secara individu tidak berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

$H_0 : b_j \neq 0$, artinya bahwa variabel - variabel x_1, x_2 dan x_3 secara individu berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar.

2. Level of significant adalah 0,05

3. Kriteria pengujian

H_0 diterima apabila $t - \text{hitung} < t - \text{tabel}$ atau $- t - \text{hitung} > - t - \text{tabel}$, berarti variabel - variabel x_1, x_2 dan x_3 tidak berpengaruh.

H_0 ditolak apabila $t - \text{hitung} > t - \text{tabel}$ atau $- t - \text{hitung} < - t - \text{tabel}$, berarti variabel - variabel x_1, x_2 dan x_3 berpengaruh.

Dengan memperhatikan langkah - langkah uji - t diatas, maka pengujian untuk masing - masing variabel x_1 , x_2 dan x_3 adalah sebagai berikut (lampiran 2) :

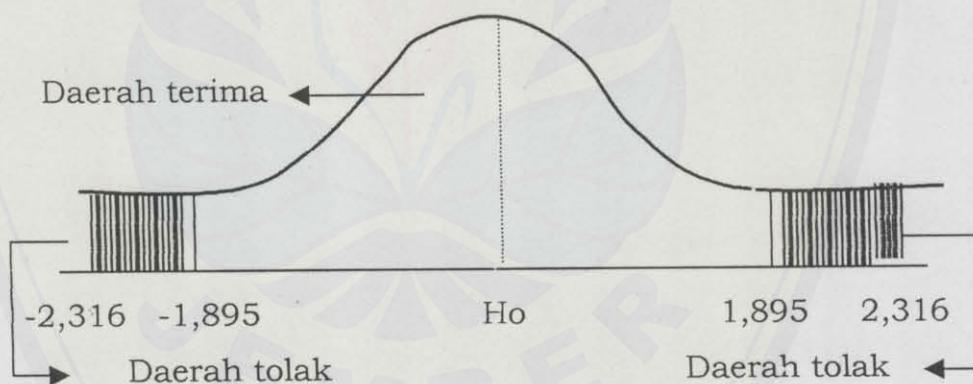
a Variabel Jumlah Biro Perjalanan (x_1)

Pengujian terhadap koefisien regresi variabel jumlah biro perjalanan memberikan hasil :

$$T_o = 2,316$$

$$T_{0,05} (7) = 1,895$$

Karena $t_o = 2,316$ lebih besar dari $t_{0,05} (7)$, maka H_o ditolak, berarti ada pengaruh yang signifikan antara faktor biro perjalanan terhadap tingkat hunian kamar. Jika digambarkan dalam bentuk kurva normal seperti dibawah ini



Gambar 5. Kurve Normal untuk variabel jumlah biro perjalanan

Daerah tolak adalah daerah yang terletak antara nilai -2,316 sampai dengan nilai -1,895 dan daerah yang terletak antara nilai 1,895 sampai dengan 2,316.

Sedangkan daerah terima adalah daerah yang berada di antara nilai $-1,895$ sampai dengan $1,895$.

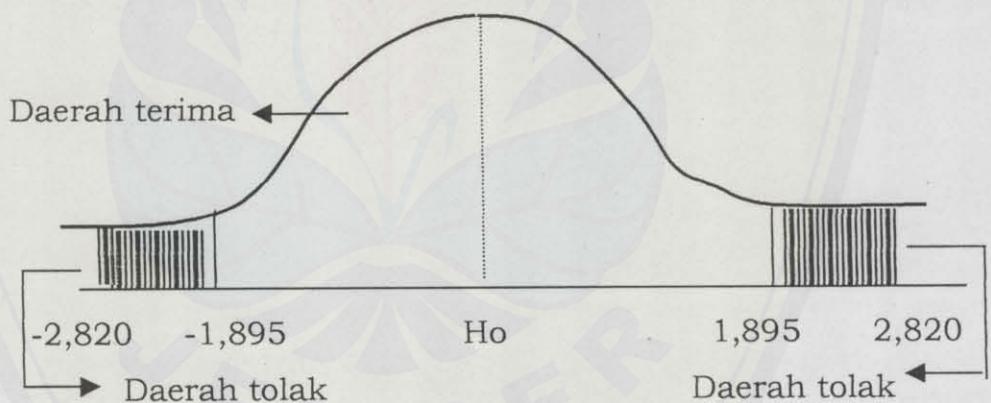
b Variabel tarif kamar (x_2)

Pengujian terhadap koefisien regresi tarif kamar memberikan hasil :

$$t_o = 2,820$$

$$t_{0,05} (7) = 1,895$$

Karena $t_o = 2,820$ lebih besar dari $t_{0,05} (7)$, maka H_o ditolak berarti ada pengaruh yang signifikan antara tarif kamar terhadap tingkat hunian kamar. Jika digambarkan dalam bentuk kurva normal seperti dibawah ini :



Gambar 6. Kurve normal untuk variabel tarif kamar

Daerah tolak adalah daerah yang terletak antara nilai $-2,820$ sampai dengan nilai $-1,895$ dan daerah yang terletak antara nilai $1,895$ sampai $2,820$.

Sedangkan daerah terima adalah daerah yang berada di antara nilai $-1,895$ sampai dengan $1,895$.

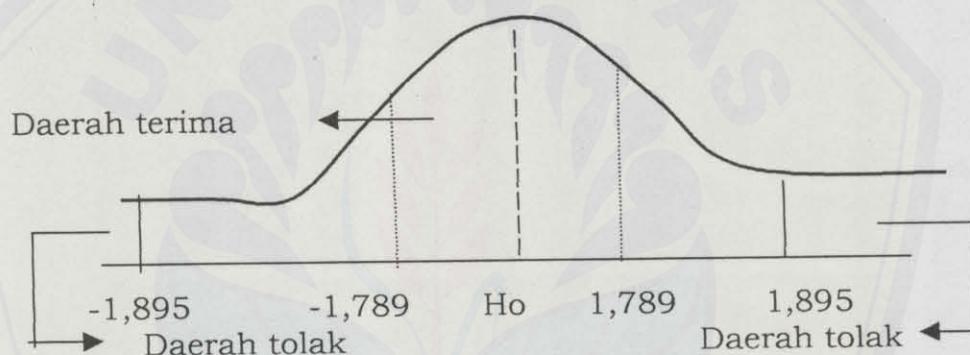
c Variabel Jumlah Kamar (x_3)

Pengujian terhadap koefisien regresi variabel jumlah kamar memperoleh hasil :

$$t_o = 1,789$$

$$t_{0,05}(7) = 1,895$$

Karena $t_o = 1,789 < t_{0,05}(7)$, maka H_o diterima, berarti tidak ada pengaruh antara jumlah kamar terhadap tingkat hunian kamar. Jika digambarkan dalam bentuk kurve seperti di bawah ini :



Gambar 7. Kurve normal untuk variabel jumlah kamar

b. Penentuan Koefisien Korelasi Partial

Digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan antara variabel - variabel bebas (x_1, x_2, X_3) dengan variabel tergantung (Y) secara individu. Dari hasil perhitungan komputer dengan menggunakan program SPSS (lampiran), maka koefisien korelasi partial untuk masing masing variabel bebas adalah sebagai berikut :

- a. Koefisien korelasi parsial antara jumlah biro perjalanan (x_1) dengan tingkat hunian kamar (Y) adalah :

$$r_{x_1 Y} = 0,947$$

Hasil ini menunjukkan bahwa antara jumlah biro perjalanan (x_1) dengan tingkat hunian kamar (Y) terdapat hubungan yang positif, karena variasi jumlah biro perjalanan menyumbang 94,70 % terhadap variasi perubahan tingkat hunian kamar.

- b. Koefisien korelasi parsial antara tarif kamar (x_2) dengan tingkat hunian kamar (Y) adalah :

$$r_{x_2 Y} = 0,491$$

Hasil ini menunjukkan bahwa antara tarif kamar (x_2) dengan tingkat hunian kamar (Y) terdapat hubungan positif, karena variasi tarif kamar menyumbang 49,10 % terhadap variasi perubahan tingkat hunian kamar.

- c. Koefisien korelasi parsial antara jumlah kamar (x_3) dengan tingkat hunian kamar (Y) adalah :

$$r_{x_3 Y} = 0,897$$

Hasil ini menunjukkan bahwa antara jumlah kamar (x_3) dengan tingkat hunian kamar (Y) terdapat hubungan positif, karena variasi jumlah kamar menyumbang 89,70 % terhadap variasi perubahan tingkat hunian kamar.

4.3 Pembahasan

Penelitian yang dilakukan di Hotel Sulawesi Jember ini berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar mempunyai persamaan seperti berikut :

$$Y = 2847,192 + 246,509 x_1 - 0,01740 x_2 + 0,01740 x_3$$

Dari persamaan di atas menunjukkan konstanta besarnya 2847,192 yang berarti bahwa apabila jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar besarnya adalah konstan, maka tingkat hunian kamar yang terjadi sebesar 2847,192.

Berdasarkan hasil perhitungan regresi pada lampiran 2, diperoleh koefisien regresi untuk variabel biro perjalanan adalah sebesar 246,509. Hal ini berarti bahwa variabel biro perjalanan menyumbang kenaikan tingkat hunian kamar sebesar 246,509 unit untuk setiap penambahan 1 (satu) unit biro perjalanan. Pengaruh variabel biro perjalanan terhadap tingkat hunian kamar secara individu ditunjukkan dengan hasil t - test sebesar 2,820 yang lebih besar dari t- tabel yaitu sebesar 1,895.

Variabel selanjutnya adalah variabel tarif kamar yaitu sebesar -0,01740 yang berarti bahwa apabila tarif kamar mengalami peningkatan sebesar 1 (satu) unit, maka tingkat hunian kamar akan turun sebesar 0,01740. Dan secara individu variabel jumlah kamar merupakan penyumbang terbesar dan berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar yang ditunjukkan pada hasil t- test sebesar 2,820 yang lebih besar dari t -tabel yaitu 1,895.

Variabel jumlah kamar menyumbang sebesar 0,01740 terhadap tingkat hunian kamar, apabila jumlah kamar mengalami penambahan sebesar 1 (satu) unit. Dan secara individu variabel jumlah kamar tidak berpengaruh terhadap tingkat hunian kamar yang ditunjukkan pada t- test sebesar 1,789 lebih kecil dari t- tabel yaitu 1,895.

Hipotesis pertama yang diajukan dalam skripsi ini adalah faktor jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar secara bersama-sama mempengaruhi tingkat hunian kamar. Untuk pengujian ini dilakukan dengan menggunakan uji F atau F- test, dan hasil perhitungan diketahui bahwa F-rasio 46,183 dengan tingkat kesalahan 0,05 karena F-rasio 46,183 lebih besar dari F-tabel yaitu 4,35, maka hipotesis pertama terbukti.

Hipotesis kedua adalah tingkat hunian kamar dominan dipengaruhi oleh jumlah biro perjalanan. Uji hipotesis tersebut menggunakan uji - t, hasil perhitungan menunjukkan t-hitung untuk jumlah biro perjalanan adalah 2,316. Jika dibandingkan dengan variabel bebas yang lain, sumbangan jumlah biro perjalanan terhadap tingkat hunian kamar adalah bukan yang paling besar, yaitu sumbangan variabel tarif kamar lebih besar dari sumbangan variabel jumlah biro perjalanan, yaitu 2,820, yang berarti bahwa hipotesis kedua tidak terbukti.

Pengaruh secara dominan terbesar terhadap tingkat hunian kamar diperoleh dari variabel tarif kamar.

Hal ini menunjukkan bahwa tarif kamar merupakan suatu kebijakan yang harus benar-benar diperhatikan untuk meningkatkan tingkat hunian kamar.

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dari hasil pengujian koefisien regresi dengan menggunakan F-test yang diperoleh sebesar 21,246 ternyata lebih besar dari F-tabel yaitu 4,35 maka faktor - faktor jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat hunian kamar. Selain itu bisa dilihat dari koefisien determinasinya sebesar 0,910 berarti secara bersama-sama variabel bebas dapat menjelaskan variabel tergantung sebesar 91,10 % dan sisanya dijelaskan oleh variabel lain diluar model. Hal ini sekaligus juga membuktikan hipotesis yang berbunyi bahwa faktor jumlah biro perjalanan, tarif kamar dan jumlah kamar berpengaruh secara positif terhadap tingkat hunian kamar pada Hotel Sulawesi Jember.
2. Dari keempat variabel bebas yang digunakan dalam analisis, ternyata variabel yang pengaruhnya paling dominan terhadap tingkat hunian kamar adalah variabel biro perjalanan, hal ini bisa dilihat pada koefisien regresinya sebesar 43,6316. Pengaruh paling besar kedua adalah variabel tarif kamar sebesar 0,000170786, dan variabel jumlah kamar sebesar 0,1457.

5.2. Saran

Dalam usaha memperbesar tingkat hunian kamar pada PT. Hotel Sulawesi Jember, sebaiknya pihak hotel benar-benar memperhatikan kebijakan tentang tarif kamat dan tetap menjaga hubungan baik dengan biro-biro perjalanan, karena variabel inilah yang sumbangannya paling tinggi terhadap tingkat hunian kamar . Selain itu juga harus memperhatikan variabel-variabel lain seperti , promosi dan jumlah kamar untuk lebih meningkatkan hunian kamar.

Dari perhitungan analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa nilai $R^2 = 95,20 \%$ berarti secara bersama-sama memberikan sumbangan yang cukup besar terhadap tingkat hunian kamar pada PT. Hotel Sulawesi Jember.

DAFTAR PUSTAKA

- Dajan. Anto, 1990, **Pengantar Metode Statistik**, Jilid II, LP3ES, Jakarta.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo, 1993, **Statistik Induktif**, Edisi 4, BPF, Yogyakarta.
- Gujarati. Damodar, 1991, **Ekonometrika Dasar**, Cetakan II, Erlangga, Jakarta.
- Kotler. Philip, 1997, **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol**, Jilid I, Prentice Hall, New Jersey.
- Soekardijo. RG., 1996, **Anatomi Pariwisata (Memahami Pariwisata Sebagai "Sistemic Linkage")**, Cetakan II, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiarto. Endar, 1997, **Operasional Kantor Depan Hotel**, PT. Gramedia Media Utama, Jakarta.
- Sugiarto. Endar dan Sri Sulartiningrum, 1998, **Pengantar Akomodasi dan Restaurant**, Cetakan II, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Supranto. J, 1993, **Statistik Teori dan Aplikasi II**, Erlangga Jakarta.
- Swastha. Basu, 1984, **Azas-azas Marketing**, Liberty, Yogyakarta.
- Swastha. Basu dan Irawan, 1990, **Manajemen Pemasaran Modern**, Liberty, Yogyakarta.
- Wahab. Salah, L.J crampon dan L.M Rothfield, 1997, **Pemasaran Pariwisata**, (Alih Bahasa : Frans Gromang), Cetakan III, PT. Pradnya Paramita, Jakarta.

Lampiran 1

	Y	X1	X2	X3
1	4745.00	9.00	231.870	2342
2	4013.00	6.00	193.570	1960
3	5156.00	9.00	246.530	2496
4	6004.00	13.00	269.505	2929
5	6461.00	14.00	289.260	2958
6	8743.00	16.00	212.859	3036
7	4393.00	5.00	213.450	2157
8	6504.00	12.00	288.870	2971
9	3049.00	3.00	188.745	1353
10	4523.00	7.00	218.165	2207
11	5458.00	10.00	254.635	2601

Lampiran 2

Model Summary^b

Model	Change Statistics				
	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,952	46,183	3	7	,000

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22464874,260	3	7488291,420	46,183	,000 ^a
	Residual	1135000,649	7	162142,950		
	Total	23599674,909	10			

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error				Beta	Lower Bound
1	(Constant)	2847,192	1085,027		2,624	,034	281,517	5412,868
	X1	246,509	106,433	,647	2,316	,054	-5,165	498,183
	X2	-1,740E-02	,006	,402	2,820	,026	,032	,003
	X3	1,757	,982	,597	1,789	,117	-,566	4,080

Lampiran 3

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	5368,0909	1536,2251	11
X1	9,4545	4,0339	11
X2	237041,7273	35514,9953	11
X3	2455,4545	522,2071	11



Correlations

		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1,000	,947	,491	,897
	X1	,947	1,000	,661	,947
	X2	,491	,661	1,000	,778
	X3	,897	,947	,778	1,000
Sig. (1-tailed)	Y		,000	,063	,000
	X1	,000		,013	,000
	X2	,063	,013		,002
	X3	,000	,000	,002	
N	Y	11	11	11	11
	X1	11	11	11	11
	X2	11	11	11	11
	X3	11	11	11	11

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,976 ^a	,952	,931	402,6698