

LEMBAR HAK CIPTA

PENGARUH *BRAND POSITIONING* “*STAY AT LOST PARADISE*” TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

(Survei Terhadap Tamu Individu Yang Menginap Di Hotel Horison Tirta
Sanita Kuningan)

Oleh
Gita Zenita
1202432

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Manajemen
Pemasaran Pariwisata
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia

© Gita Zenita, 2018
Universitas Pendidikan Indonesia
April 2018

ii

Gita Zenita, 2018

***PENGARUH BRAND POSITIONING “STAY AT LOST PARADISE” TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.
Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,
dengan dicetak ulang, difoto kopi, atau cara lainnya tanpa ijin dari penulis.

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH *BRAND POSITIONING* “*STAY AT LOST PARADISE*”
TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP**

(Survei Terhadap Tamu Individu Yang Menginap Di Hotel Horison Tirta
Sanita Kuningan)

‘Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM.
NIP. 19721024 200112 1 003

Dewi Pancawati N., S.Pd.,MM
19791130 200912 2 004

**Mengetahui,
Ketua Program Studi
Manajemen Pemasaran Pariwisata**

**Yeni Yuniawati, S.Pd., MM
NIP. 19810608 200604 2 001**

**Tanggung Jawab Yuridis
Ada Pada Penulis**

**Gita Zenita
NIM. 1202432**

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Positioning* “*Stay At Lost Paradise*” Terhadap Keputusan Menginap**”(Survei Terhadap Tamu Individu Yang Menginap di Hotel Horison Tirta Sanita Kuningan) beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika keilmuan yang berlaku dalam masyarakat keilmuan.

Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko atau sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya

iv

Gita Zenita, 2018

PENGARUH BRAND POSITIONING “STAY AT LOST PARADISE” TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

pelanggaran terhadap etika-etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, April 2018
Yang Membuat Pernyataan

Gita Zenita
NIM. 1202432

v

Gita Zenita, 2018
***PENGARUH BRAND POSITIONING “STAY AT LOST PARADISE” TERHADAP
KEPUTUSAN MENGINAP***
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu |
perpustakaan.upi.edu

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT berkat Rahmat, Hidayah, dan Karunia-Nya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh *Brand Positioning* “*Stay At Lost Paradise*” Terhadap Keputusan Menginap**”(Survei Terhadap Tamu Individu yang Menginap di Hotel Horison Tirta Sanita Kuningan). Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Pariwisata pada program Strata-1 di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata Universitas Pendidikan Indonesia.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi dalam penyelesaian skripsi ini.

Penulis menyadari skripsi ini tidak luput dari berbagai kekurangan. Penulis mengharapkan saran dan kritik demi kesempurnaan dan perbaikannya sehingga akhirnya skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi bidang pendidikan dan penerapan dilapangan serta bisa dikembangkan lagi lebih lanjut.

Bandung, April 2018

Peneliti

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur tiada henti penulis panjatkan kepada Allah SWT atas rahmat, karunia dan kasih sayang-Nya penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa keberhasilan skripsi ini tidak terlepas dari doa dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin memberikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman, M.Si., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Dr Agus Mulyana, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Ibu Yeni Yuniawati, S.Pd., MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata sekaligus Dosen Pembimbing Akademik dengan ke ikhlasannya yang selalu memberikan dukungan, semangat bimbingan dan kebaikannya.
4. Bapak Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. selaku Dosen Pembimbing I yang dengan keikhlasannya selalu memberikan dukungan, semangat, bimbingan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan teliti dan baik.
5. Ibu Ibu Dewi Pancawati Novalita, S.Pd., MM. selaku Dosen Pembimbing II dengan kesabarannya, keikhlasannya selalu memberikan dukungan dan semangat, saran, arahan dan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan teliti.
6. Ibu Heri Puspito Diyah Setiyorini. MM selaku Dosen Manajemen Pemasaran Pariwisata
7. Bapak Taufik Abdullah, SE., MM.Par selaku Dosen Manajemen Pemasaran Pariwisata
8. Bapak Oce Ridwanudin, SE., MM selaku Dosen Manajemen Pemasaran Pariwisata
9. Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM. selaku Dosen Manajemen Pemasaran Pariwisata
10. Bapak Gita Siswhara, SE. Par., MM selaku Dosen Manajemen Pemasaran Pariwisata

11. Bapak Alm. Dadang Suryadi dan Bapak Hendi selaku staf Prodi Manajemen Pemasaran Pariwisata.
12. Ibu Nia selaku staf Prodi Manajemen Pemasaran Pariwisata.
13. Pak Hendi selaku staf Prodi Manajemen Pemasaran Pariwisata.
14. Bapak Refino Mutschernar selaku General Manager di Hotel Horison Tirta Sanita Kuningan yang sudah mengizinkan saya penelitian di Hotel Horison Tirta Sanita Kuningan.
15. Ibu Melfi Lenggono selaku Executive Assistant Manager sekaligus Human Resources Manager Hotel Horison Tirta Sanita Kuningan.
16. Bapak Ajat sebagai Front Office Manager di Hotel Horison Tirta Sanita
17. Seluruh keluarga besar Hotel Horison Tirta Sanita Kuningan
18. Sahabat-sahabatku Endah Rejki Kusumastuti, Wulan Sekar Ayu, Maharani Riestania, Alifa Nursyamsina Widiastuti, Novika Suwardana, Ferry Indrayana, Tedi Nurdiansyah, Sarah Mardhiyah, dan Indah Nur Islamy yang selalu mensupport, memotivasi, memberikan masukan dan mencari solusi dalam penyusunan skripsi.
19. Semua pihak lainnya yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Skripsi ini dipersembahkan terutama untuk kedua orang tua Ayahanda Utris Sutrisno dan Ibunda Euis Ratnasari yang tiada henti memberikan dukungan semangat, doa, kesabaran serta cinta kasih sayangnya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Kakak dan adik tercinta Sarra Zevira, Prasetyo Abienusa, dan Al Gani Ario Wijaya. Semoga penulis bisa selalu menjadi seseorang yang membanggakan.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan balasan dan pahala serta Rahmat Nya yang setimpal atas segala kebaikan, do'a dan perbuatannya. Aamiin.

ABSTRAK

Gita Zenita, 1202432, “Pengaruh *Brand Positioning* “*Stay At Losit Paradise*” Terhadap Keputusan Menginap (Survei Terhadap Tamu Individu Yang Menginap di Hotel Horison Tirta Sanita Kuningan)”, dibawah bimbingan Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. dan Dewi Pancawati N., S.Pd.,MM

Keputusan tamu untuk menginap di hotel telah menjadi masalah utama dalam banyak penelitian di bidang pariwisata dan perhotelan. Horison Tirta Sanita Kuningan merupakan hotel yang berlokasi di Panawuan Sangkanhurip, Kuningan. *Occupancy* Hotel Horison Tirta Sanita Kuningan mengalami fluktuasi dari tahun ke tahun bahkan cenderung menurun. berupaya untuk mempertahankan dan meningkatkan keputusan menginap di Horison Tirta Sanita Kuningan. Oleh karena itu Hotel Horison Tirta Sanita Kuningan harus memiliki strategi untuk mengatasi permasalahan tersebut. Dengan demikian peneliti memilih *brand positioning* sebagai salah satu solusi untuk meningkatkan keputusan menginap di Horison Tirta Sanita Kuningan. Dalam penelitian ini, variabel *independent* (X) yang digunakan yaitu *brand positioning* yang terdiri dari *dissimilarity*, *uniqueness*, *favorability*, dan *credibility*. Variabel *dependent* (Y) yaitu keputusan menginap. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif dan verifikatif. Metode yang digunakan adalah survei dengan teknik *incidental sampling*, jumlah sampel sebanyak 100 responden tamu individu yang menginap di Horison Tirta Sanita Kuningan. Teknik analisis data dan uji hipotesis yang digunakan adalah regresi berganda. Pelaksanaan *brand positioning* di Horison Tirta Sanita berada pada kategori tinggi. Dimensi *uniqueness* memperoleh nilai tertinggi sedangkan dimensi *credibility* memperoleh nilai terendah. Tanggapan tamu terhadap keputusan menginap memperoleh nilai yang sangat tinggi. Indikator pemilihan merek memperoleh nilai tertinggi dan lama menginap memperoleh nilai terendah. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara *brand positioning* terhadap keputusan menginap.

Kata Kunci : *Brand Positioning*, Keputusan Menginap dan Horison Tirta Sanita Kuningan

X

Gita Zenita, 2018

PENGARUH BRAND POSITIONING “STAY AT LOST PARADISE” TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

ABSTRACT

Gita Zenita, 1202432, “The Impact of Brand Positioning Toward Keputusan Menginap (Survey toward individual guest who stay at Horison Tirta Sanita Kuningan). Under guidance of Dr. Lili Adi Wibowo, S.Sos., S.Pd., MM. dan Dewi Pancawati N., S.Pd.,MM

The guest decision to stay at one hotel has become the principal issues in many researches in tourism filed and hospitality field. Horison Tirta Sanita Kuningan is hotel located in Panawuan Sangkanhurip, Kuningan. Occupancy of Horison Tirta Sanita Kuningan the number of guest is fluctuation from year to year and even tended to decline, seeks to maintain and improve the decision to stay at Horison Tirta Sanita Kuningan. Hence Horison Tirta Sanita Kuningan must have a strategy to overcome the problem. In this study, the independent variable (X) used are brand positioning (dissimilarity, uniqueness, favorability and credibility). Dependent variable (Y) is customer decision. The type of research used are descriptive and verificative. The method sampling technique used is incidental sampling. The sample in this study of 100 respondents that individual guests who stay at Horison Tirta Sanita Kuningan. The data analysis technique used is multiple regression. Implementation of brand positioning at Horison Tirta Sanita Kuningan is located in the high category, the dimension of uniqueness get the highest ratings and lowest ratings is credibility. The result showed there is a significant influence of brand positioning and customer decision.

Key Words: Brand Positioning, Customer Decision and Horison Tirta Sanita Kuningan