

KATA PENGANTAR

Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam Ujian Sidang Sarjana Pariwisata Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata, Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia. Adapun skripsi ini mempunyai judul “**Pengaruh *Hotel Attributes* terhadap Keputusan Menginap**” (Survei pada tamu individu yang menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran mengenai atribut hotel di Grand Tjokro Hotel Bandung dan bagaimana gambaran keputusan menginap pada tamu yang memutuskan untuk memilih Grand Tjokro Hotel Bandung sebagai akomodasi mereka serta seberapa besar pengaruh antara keduanya.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini belum sepenuhnya sempurna dan masih banyak kekurangan, baik dari segi penggunaan bahasa maupun isi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan dan menerima segala kritik maupun saran yang membangun demi perbaikan skripsi yang telah dibuat.

Semoga skripsi ini dapat memberikan sumbangan bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, terutama dalam pengembangan ilmu manajemen pemasaran pariwisata dan juga praktisi, khususnya bagi penulis serta bagi pembaca pada umumnya.

Bandung, November 2018

Tia Agustiani

Tia Agustiani, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

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

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur saya panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat limpahan Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat menempuh ujian siding sarjana pariwisata. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, motivasi, dukungan, serta bantuan dari 8 berbagai pihak, hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya dan memberikan penghargaan setinggi-tingginya kepada pihak-pihak yang membantu dalam penyelesaian skripsi ini, diantaranya:

1. Bapak Prof. Dr. H. R. Asep Kadarohman selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia.
2. Bapak Prof. 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, Universitas Pendidikan Indonesia.
4. Bapak Dr. H. Hari Mulyadi, M. Si, selaku Dosen Pembimbing I atas segala kesabaran, keikhlasan dalam memberikan masukan teoritis maupun praktis, bimbingan, motivasi, dan doa kepada penulis, mengarahkan yang terbaik.
5. Bapak Taufik Abdullah, S.E., MM.Par, selaku dosen Pembimbing II sekaligus dosen pembimbing akademik yang selalu memberikan semangat dan masukan yang berharga kepada penulis. Terimakasih telah memberikan pengarahan terbaik, serta meluangkan waktunya untuk membimbing penulis.
6. Ibu HP. Diyah Setyorini, MM, Bapak Gitasiswhara, SE., Par., Ibu Rini Andari, S.Pd., SE.Par., MM, Ibu Dewi Pancawati Novalita, S.Pd., MM, Bapak Oce Ridwanudin, SE., MM, serta seluruh dosen di lingkungan Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata terimakasih atas segala ilmu, bimbingan, kepercayaan, serta motivasi selama penulis belajar di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata.
7. Staff di Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata yang senantiasa membantu penulis dalam urusan administrasi selama perkuliahan.
8. Manajemen Grand Tjokro Hotel Bandung khususnya Ibu Deya Yulika selaku *Asst. Marcomm Manager*, terimakasih telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjalani program pengalaman

Tia Agustiani, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

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

lapangan pada divisi *marcomm* sehingga penulis bisa melanjutkan untuk meneliti di hotel ini.

9. Keluarga sekaligus sahabat terbaik yang selalu siap sedia menemani, memotivasi dan mengoreksi kesalahan saat pembuatan skripsi, Aditya Rizky Rinaldi, S.Par, Faris Abdul Jabar, Anggitha Devira, Elsatifany Anggita K, Indra Rizky, Herlin Legiawati, Dea Aulya PS, Riza Zuranti, Bakti Sabila R, Nadia Belaska, Rahmat Fitrah, Yefta Marcellino, Ricky Ramadhan, Armellya Safira.
10. Keluarga besar Program Studi Manajemen Pemasaran Pariwisata khususnya angkatan 2014, terimakasih atas motivasi, doa, dan bantuan yang telah diberikan.
11. Keluarga KKN Kertawangi 2018, penulis ucapkan terimakasih atas motivasi dan doa bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Sahabat dari jaman *old* Ingrid Shela, Indah Putri, Nia Dahliani, Ahmad Yogi, Yudy Gumilar, Iman Nurcikman, Risyda Ummami, Iqram Anwar, Aida Fitri Handayani, Siti Ion terimakasih karena selalu mengingatkan untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh pihak terkait yang tidak mungkin penuliiis sebutkan satu persatu.

Selain itu, dengan rasa hormat dan sayang penulis juga yang tidak pernah dilupakan untuk mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua penulis, adik-adik tercinta dan keluarga besar yang selalu mengingatkan. Terimakasih atas segala kasih sayang yang melimpah, tetesan keringat, doa berharga yang senantiasa mengiringi penulis sepanjang waktu, dukungan baik moril maupun materil. Pengorbanan kalian dalam membesarkan penulis tidak akan tergantikan oleh apapun. Semoga skripsi ini bisa menjadi sebuah kebanggaan. Kalian adalah semangat terbesar bagi penulis.

Bandung, November 2018

Tia Agustiani

Tia Agustiani, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

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

DAFTAR ISI

| | |
|---|------|
| JUDUL | |
| LEMBAR HAK CIPTA | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| LEMBAR PERNYATAAN | iv |
| ABSTRAK | v |
| ABSTRACT | vi |
| KATA PENGANTAR | vii |
| UCAPAN TERIMA KASIH | viii |
| DAFTAR ISI | x |
| DAFTAR TABEL | xv |
| DAFTAR GAMBAR | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN | |
| 1.1 Latar Belakang Penelitian..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 10 |
| 1.3 Tujuan Penelitian..... | 10 |
| 1.4 Kegunaan Penelitian..... | 10 |
| BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PENELITIAN, DAN HIPOTESIS | |
| 2.1 Kajian Pustaka | 11 |
| 2.1.1 Konsep Kepariwisata..... | 11 |
| 2.1.2 Konsep Akomodasi Pariwisata | 11 |
| 2.1.3 Konsep Atribut Hotel..... | 13 |
| 2.1.3.1 Atribut Hotel Bagian dari <i>Marketing for Hospitality and Tourism</i> | 13 |
| 2.1.3.2 Definisi Atribut Hotel | 17 |
| 2.1.3.3 Dimensi Atribut Hotel..... | 18 |
| 2.1.4 Konsep Keputusan Menginap..... | 21 |

Tia Agustiani, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

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

| | | |
|---------|--|----|
| 2.1.4.1 | Konsep Keputusan Tamu Mengingat dalam <i>Marketing for Hospitality and Tourism</i> | 21 |
| 2.1.4.2 | Definisi Keputusan Mengingat | 21 |
| 2.1.4.3 | Dimensi Keputusan Mengingat | 23 |
| 2.1.4.4 | Model Keputusan Mengingat | 24 |
| 2.1.4.5 | Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mengingat | 29 |
| 2.1.5 | Pengaruh Atribut Hotel terhadap Keputusan Mengingat | 31 |
| 2.1.6 | Penelitian Terdahulu | 33 |
| 2.2 | Kerangka Penelitian | 35 |
| 2.3 | Hipotesis | 39 |

BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN

| | | |
|---------|---|----|
| 3.1 | Objek Penelitian | 40 |
| 3.2 | Metode Penelitian | 42 |
| 3.2.1 | Jenis dan Metode Penelitian | 42 |
| 3.2.2 | Operasionalisasi Variabel | 42 |
| 3.2.3 | Jenis dan Sumber Data | 47 |
| 3.2.4 | Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling | 48 |
| 3.2.4.1 | Populasi | 48 |
| 3.2.4.2 | Sampel | 48 |
| 3.2.4.3 | Teknik <i>Sampling</i> | 49 |
| 3.2.5 | Teknik Pengumpulan Data | 50 |
| 3.2.6 | Pengujian Validitas dan Reliabilitas | 51 |
| 3.2.6.1 | Hasil Pengujian Validitas | 51 |
| 3.2.6.2 | Hasil Pengujian Reliabilitas | 54 |
| 3.3 | Teknik Analisis | 55 |
| 3.3.1 | Rancangan Analisis Data | 55 |
| 3.3.1.1 | Rancangan Analisis Data Deskriptif | 56 |
| 3.3.1.2 | Rancangan Analisis Data Verifikatif | 57 |
| 3.3.1.3 | Pengujian Hipotesis | 61 |

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

| | | |
|---------|--|----|
| 4.1 | Profil dan Karakteristik Tamu Grand Tjokro Hotel Bandung | 63 |
| 4.1.1 | Profil Perusahaan | 63 |
| 4.1.1.1 | Identitas Perusahaan | 63 |
| 4.1.1.2 | Sejarah Singkat Perusahaan | 63 |
| 4.1.1.3 | Struktur Organisasi Grand Tjokro Hotel Bandung | 64 |
| 4.1.1.4 | Produk dan Jasa yang di Tawarkan | 64 |
| 4.2 | Karakteristik dan Pengalaman Responden | 66 |

Tia Agustiani, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINGAP

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

| | |
|--|----|
| 4.2.1 Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia..... | 66 |
| 4.2.2 Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan dan Rata-rata Penghasilan | 67 |
| 4.2.3 Karakteristik Berdasarkan Asal Tinggal dan Tujuan Menginap..... | 68 |
| 4.2.4 Pengalaman Berdasarkan Tipe Kamar dan Biaya yang Dikeluarkan..... | 69 |
| 4.3 Gambaran <i>Hotel Attributes</i> di Grand Tjokro Hotel Bandung..... | 69 |
| 4.3.1 Tanggapan terhadap <i>Service Quality</i> | 70 |
| 4.3.2 Tanggapan terhadap <i>Business Facility</i> | 71 |
| 4.3.3 Tanggapan terhadap <i>Value</i> | 72 |
| 4.3.4 Tanggapan terhadap <i>Room & Front Desk</i> | 73 |
| 4.3.5 Tanggapan terhadap <i>Food & Recreation</i> | 75 |
| 4.3.6 Tanggapan terhadap <i>Security</i> | 76 |
| 4.4 Pelaksanaan Keputusan Menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung .. | 77 |
| 4.4.1 Tanggapan terhadap Pilihan Produk..... | 77 |
| 4.4.2 Tanggapan terhadap Pilihan Merek..... | 78 |
| 4.4.3 Tanggapan terhadap Saluran Pembelian..... | 79 |
| 4.4.4 Tanggapan terhadap Penentuan Waktu Menginap..... | 81 |
| 4.4.5 Tanggapan terhadap Lama Menginap..... | 82 |
| 4.5 Pengaruh <i>Hotel Attributes</i> terhadap Keputusan Menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung..... | 83 |
| 4.5.1 Hasil Uji Asumsi Regresi | 83 |
| 4.5.1.1 Hasil Uji Asumsi Normalitas | 83 |
| 4.5.1.2 Hasil Uji Asumsi Multikolinearitas | 84 |
| 4.5.1.3 Hasil Uji Asumsi Heteroskedastisitas..... | 84 |
| 4.5.1.4 Hasil Uji Asumsi Linearitas..... | 85 |
| 4.5.1.5 Hasil Uji Asumsi Autokorelasi | 86 |
| 4.5.2 Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi | 86 |
| 4.5.3 Uji Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Simultan (Uji F) | 87 |
| 4.5.4 Uji Hipotesis dan Uji Signifikansi Secara Parsial (Uji T) | 88 |
| 4.5.5 Model Persamaan Regresi Berganda Pengaruh <i>Hotel Attributes</i> Terhadap Keputusan Menginap..... | 89 |
| 4.6 Pembahasan Hasil Penelitian..... | 91 |
| 4.6.1 Pembahasan mengenai <i>Hotel Attributes</i> di Grand Tjokro Hotel Bandung..... | 91 |
| 4.6.2 Pembahasan mengenai Keputusan Menginap di Grand Tjokro Hotel Bandung..... | 92 |
| 4.6.3 Pengaruh <i>Hotel Attributes</i> terhadap Keputusan Menginap..... | 95 |
| 4.7 Implikasi Hasil Temuan Penelitian..... | 95 |
| 4.7.1 Temuan Penelitian Bersifat Teoritik..... | 95 |

Tia Agustiani, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

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

| | |
|--|-----------|
| 4.7.2 Temuan Penelitian Bersifat Empirik | 96 |
| BAB V KESIMPULAN DAN REKOMENDASI | |
| 5.1 Kesimpulan..... | 98 |
| 5.2 Rekomendasi | 98 |
| DAFTAR PUSTAKA | xv |
| LAMPIRAN | |

Tia Agustiani, 2019

PENGARUH HOTEL ATTRIBUTES TERHADAP KEPUTUSAN MENGINAP

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

DAFTAR TABEL

| | | |
|------|---|----|
| 1.1 | Jumlah Hotel Berbintang dan Non Bintang di Bandung | 3 |
| 1.2 | <i>Occupancy</i> Grand Tjokro Bandung | 3 |
| 1.3 | Data <i>Occupancy</i> Tamu Individu | 4 |
| 2.1 | Definisi Atribut Hotel | 17 |
| 2.2 | Definisi Keputusan Menginap | 22 |
| 2.3 | Penelitian Terdahulu | 33 |
| 3.1 | Operasionalisasi Variabel | 43 |
| 3.2 | Jenis dan Sumber Data | 47 |
| 3.3 | Hasil Pengujian Validitas | 52 |
| 3.4 | Hasil Pengujian Reliabilitas | 55 |
| 3.5 | Interpretasi Koefisien Korelasi | 60 |
| 4.1 | Fasilitas Penunjang Grand Tjokro Bandung | 66 |
| 4.2 | Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin dan Usia | 66 |
| 4.3 | Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan dan Penghasilan | 67 |
| 4.4 | Karakteristik Berdasarkan Asal Tinggal dengan Tujuan Menginap | 68 |
| 4.5 | Karakteristik Berdasarkan Tipe Kamar dan Biaya | 69 |
| 4.6 | Tanggapan terhadap <i>Service Quality</i> | 70 |
| 4.7 | Tanggapan terhadap <i>Business Facility</i> | 71 |
| 4.8 | Tanggapan terhadap <i>Value</i> | 72 |
| 4.9 | Tanggapan terhadap <i>Room & Front Desk</i> | 73 |
| 4.10 | Tanggapan terhadap <i>Food & Recreation</i> | 75 |
| 4.11 | Tanggapan terhadap <i>Security</i> | 76 |
| 4.12 | Tanggapan terhadap Pilihan Produk | 78 |
| 4.13 | Tanggapan terhadap Pilihan Merek | 79 |
| 4.14 | Tanggapan terhadap Pilihan Saluran Pembelian | 80 |
| 4.15 | Tanggapan terhadap Penentuan Waktu Menginap | 81 |
| 4.16 | Tanggapan terhadap Lama Menginap | 82 |
| 4.17 | Hasil Uji Normalitas | 83 |
| 4.18 | Hasil Uji Multikolinearitas | 84 |
| 4.19 | Hasil Uji Heteroskedastisitas | 85 |
| 4.20 | Hasil Uji Linearitas | 86 |
| 4.21 | Hasil Uji Autokorelasi | 86 |
| 4.22 | Hasil Pengujian Koefisien dan Determinasi | 87 |
| 4.23 | Uji ANOVA | 87 |
| 4.24 | Hasil Pengujian Koefisien | 88 |
| 4.25 | Rekapitulasi terhadap <i>Hotel Attributes</i> | 91 |
| 4.26 | Rekapitulasi terhadap Keputusan Menginap | 94 |

DAFTAR GAMBAR

| | | |
|-----|--|----|
| 1.1 | <i>Market Share Grand Tjokro Bandung</i> | 4 |
| 2.1 | Model Lima Tahap Proses Keputusan Pembelian | 25 |
| 2.2 | Model Perilaku Pembeli | 27 |
| 2.3 | Model Keputusan Pembelian | 28 |
| 2.4 | Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Menginap..... | 29 |
| 2.5 | Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Tamu | 35 |
| 2.6 | Kerangka Pemikiran | 38 |
| 2.7 | Paradigma Penelitian | 39 |
| 3.1 | Regresi Linier Berganda | 59 |
| 4.1 | Struktur Organisasi Grand Tjokro Bandung | 64 |
| 4.2 | Garis Kontinum Variabel <i>Hotel Attrbites</i> | 92 |
| 4.3 | Garis Kontinum Variabel Keputusan Menginap..... | 94 |