



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP
PADA HOTEL PRAMA GRAND PREANGER
BANDUNG**

TESIS

**MONA KARINA
55113320005**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MENGINAP
PADA HOTEL PRAMA GRAND PREANGER
BANDUNG**

TESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen**

**MONA KARINA
55113320005**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MERCU BUANA
2016**

ABSTRACT

This research head of for analysis of effect of marketing mix to purchase decision to stay at Hotel Prama Grand Preanger Bandung. Total samples collected by 100 respondents. Data were analyzed using validity and reliability of data subsequently be checked by multiple linear regression analysis. Research shows that the product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process together (simultaneously) significantly effect the decision to stay. Partial product, price, place, promotion, people, physical evidence and process a positive significant effect on the decision to stay at the Hotel Prama Grand Preanger Bandung. Dimensional correlation analysis test result showed a more dominant. Dimensions of product performance have a strong correlation with the dimensions of brand choice. Dimensional value consciousness has a strong correlation with dimensions of timing stay. Dimensional traffic has a strong correlation with the dimensions of the timing stay. Dimensional sales promotion has a strong correlation to the dimensions of the purchase channel selection. Assurance dimension has a strong correlation to the dimensions of brand choice. The dimensions of tangible has a strong correlation with the dimensions of the purchase channel selection. Dimensional of velocity has a strong correlation with the dimensions of the timing of the consumer decision to stay at the Hotel Prama Grand Preanger Bandung.

Keywords: Product, Price, Place, Promotion, People, Physical Evidence, Process, Decision to Stay.

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap keputusan konsumen menginap pada Hotel Prama Grand Preanger Bandung. Total sampel terkumpul sebanyak 100 responden. Data yang terkumpul dianalisa menggunakan uji *validalitas & reliabilitas* data, selanjutnya dilakukan pengecekan dengan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik dan proses secara bersama-sama (simultan) berpengaruh signifikan terhadap keputusan menginap. Secara parsial produk, harga, lokasi, promosi, orang, bukti fisik dan proses berpengaruh signifikan positif terhadap keputusan menginap pada Hotel Prama Grand Preanger Bandung. Hasil uji analisis korelasi dimensi didapatkan hasil yang lebih dominan, dimensi kinerja produk memiliki korelasi yang kuat terhadap dimensi pemilihan merek. Dimensi kesadaran nilai fisik produk memiliki korelasi yang kuat terhadap dimensi penentuan waktu menginap. Dimensi lalu lintas memiliki korelasi yang kuat terhadap dimensi penentuan waktu menginap. Dimensi promosi penjualan memiliki korelasi yang kuat terhadap dimensi pemilihan saluran pembelian. Dimensi jaminan memiliki korelasi yang sangat kuat terhadap dimensi pemilihan merek. Dimensi other tangible memiliki korelasi yang kuat terhadap dimensi pemilihan saluran pembelian. Dimensi kecepatan memiliki korelasi yang kuat terhadap dimensi penentuan waktu menginap pada keputusan konsumen menginap di Hotel Prama Grand Preanger Bandung.

Kata Kunci : Produk, Harga, Lokasi, Promosi, Orang, Bukti Fisik, Proses, Keputusan Menginap.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN

Judul : ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MENGINAP PADA HOTEL PRAMA GRAND
PREANGER BANDUNG

Bentuk Karya Ilmiah : Penelitian

Nama : Mona Karina

NIM : 55113320005

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 12 Februari 2016

Pembimbing



Prof. Dr. Ngadino Surip, MS

Direktur Pascasarjana



Prof. Dr. Didik. J. Rachbini

Ketua Program Studi
Magister Manajemen



Dr. Augustina Kurniasih, ME

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN
JASA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
MENGINAP PADA HOTEL PRAMA GRAND
PREANGER BANDUNG

Bentuk Karya Ilmiah : Penelitian

Nama : Mona Karina

NIM : 55113320005

Program : Magister Manajemen

Tanggal : 15 Januari 2016

Merupakan hasil penelitian dan merupakan karya saya sendiri dengan bimbingan Dosen pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Mercu Buana.

Tesis ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 15 Januari 2016



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tesis.

Tesis yang berjudul **“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa (7P) Terhadap Keputusan Konsumen Menginap Pada Hotel Prama Grand Preanger Bandung”** diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Mercu Buana.

Dalam penyusunan tesis ini penulis dibantu oleh beberapa pihak dan pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Ngadino Surip, MS selaku Wakil Direktur Program Pascasarjana dan selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, koreksi, ilmu dan pegalamannya kepada penulis.
2. Dr. Ahmad Badawi, SE, MM Selaku dosen penelaah tesis pada seminar tesis yang dilaksanakan pada hari Sabtu tanggal 28 November 2015.
3. Dr. Augustina Kurniasih, ME selaku Ketua Program Studi Magister Management.
4. Prof. Dr. Masydzulhak Dzamil Mz, SE, MM selaku dosen penguji tesis pada sidang tesis pada hari Jum'at tanggal 15 Januari 2016.
5. Dr. Rosalendro Eddy Nugroho, MM selaku ketua sidang tesis pada hari Jum'at tanggal 15 Januari 2016.

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	i
ABSTRAK	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii

BAB I.	PENDAHULUAN	
	1.1 Latar Belakang	1
	1.2 Identifikasi Perumusan dan Batasan Masalah	32
	1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian	35
	1.4. Manfaat dan Kegunaan Penelitian	36
	1.5. Sistematika Penelitian	37

BAB II.	DESKRIPSI PERUSAHAAN	
	2.1. Sejarah Singkat Perusahaan	39
	2.2. Lingkup Bidang Usaha.....	48
	2.3. Sumber Daya.....	56
	2.4. Tantangan Bisnis.....	68
	2.5. Proses Bisnis Perusahaan	69

BAB III. KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

3.1. Kajian Pustaka	72
3.2. Penelitian Terdahulu	194
3.3. Kerangka Pemikiran.....	201
3.4. Hipotesis	202

BAB IV. MOTODE PENELITIAN

4.1. Desain Penelitian.....	205
4.2. Variabel dan Pengukuran Variabel	206
4.3 Populasi dan Sampel	215
4.4. Jenis dan Sumber Data	218
4.5. Teknik Pengumpulan Data	218
4.6. Teknik Analisis Data	219

BAB V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

5.1 Hasil Penelitian	235
5.2 Pembahasan	284

BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan	297
6.2 Saran.....	300

DAFTAR PUSTAKA.....	303
----------------------------	------------

LAMPIRAN.....	308
----------------------	------------

DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	357
----------------------------------	------------

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1	Kunjungan Wisatawan Menurut Pintu Masuk Bandara di Indonesia Tahun 2011-2014 2
Tabel 1.2	Statistik Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Indonesia Menurut Rata-Rata Pengeluaran, Lama Tinggal dan Penerimaan Devisa Tahun 2011-2014..... 3
Tabel 1.3	Jumlah Usaha Akomodasi Bintang dan Non Bintang di Indonesia Tahun 2011-2014..... 4
Tabel 1.4	Tingkat Penghunian Kamar Pada Hotel Bintang di 37 Provinsi Indonesia Tahun 2011-2014..... 5
Tabel 1.5	Pertumbuhan Wisatawan ke Objek Wisata dan Akomodasi Lainnya di Jawa barat Tahun 2011-2014..... 6
Tabel 1.6	Jumlah Hotel dan akomodasi Lainnya Tempat Tidur dan Kamar Hotel di Jawa Barat Tahun 2011-2014 7
Tabel 1.7	Pertumbuhan Hotel Bintang & Non Bintang di jawa Barat Tahun 2011-2014..... 9
Tabel 1.8	Jumlah Hotel Berbintang, Kamar dan Tempat Tidur Menurut Klasifikasinya di Jawa Barat Tahun 2011-2014..... 10
Tabel 1.9	Jumlah Wisatawan Mancanegara dan Dosmestik di Kota Bandung Tahun 2010-2013..... 12
Tabel 1.10	Jumlah Hotel Berbintang, Menurut Klasifikasinya di Kota Bandung Tahun 2011-2014..... 13
Tabel 1.11	Hotel Berbintang Lima di Kota Bandung Tahun 2014 13
Tabel 1.12	Data Occupancy Hotel Bintang 5 di Kota Bandung Periode Tahun 2011-2014..... 15
Tabel 1.13	Fasilitas Tambahan Hotel Prama Grand Preanger Bandung 22
Tabel 1.14	Room Rates Hotel Prama Grand Preanger Tahun 2015..... 23

Tabel 1.15	Room Rates Hotel Grand Panghegar Tahun 2015	23
Tabel 1.16	Meeting Room Capacity	24
Tabel 1.17	Jenis dan Harga Wedding Package	24
Tabel 1.18	Banquet Wedding Menu 2015	25
Tabel 1.19	Jenis Promosi yang Dijalankan Hotel Prama Grand Preanger Bandung	27
Tabel 1.20	Data Karyawan Hotel Prama Grand Preanger Bandung	28
Tabel 2.1	Jenis Kamar dan Harga Kamar	52
Tabel 2.2	Fasilitas Ruangan dan Kapasitasnya	53
Tabel 2.3	Jenis dan Harga Wedding Package	54
Tabel 2.4	Fasilitas Tambahan Hotel Prama Grand Preanger Bandung	56
Tabel 2.5	Jumlah Karyawan Hotel Prama Grand Preanger Bandung	68
Tabel 3.1	Penelitian Terdahulu.....	194
Tabel 4.1	Variabel Operasionalisasi Penelitian.....	213
Tabel 4.2	Alternatif Jawaban Dengan Skala Likert.....	215
Tabel 4.3	Occupancy Room Rate Grand Prama Preanger Bandung Bulan Juli- Desember 2014.....	216
Tabel 4.4	Matrik Korelasi Dari Dimensi Antar Variabel.....	233
Tabel 4.5	Pedoman Untuk Menginterpretasikan Koefisien Korelasi (r)	234
Tabel 5.1	Karakteristik Responden	235
Tabel 5.2	Pengisian Kuesioner responden Variabel <i>Product</i>	238
Tabel 5.3	Pengisian Kuesioner responden Variabel <i>Price</i>	239
Tabel 5.4	Pengisian Kuesioner responden Variabel <i>Place</i>	240
Tabel 5.5	Pengisian Kuesioner responden Variabel <i>Promotion</i>	241
Tabel 5.6	Pengisian Kuesioner responden Variabel <i>People</i>	242
Tabel 5.7	Pengisian Kuesioner responden Variabel <i>Physical Evidence</i>	243
Tabel 5.8	Pengisian Kuesioner responden Variabel <i>Process</i>	243
Tabel 5.9	Pengisian Kuesioner responden Variabel Keputusan Mengingat.....	244
Tabel 5.10	Deskriptif Variabel dan Dimensinya	246
Tabel 5.11	Hasil Uji Reliabilitas.....	249
Tabel 5.12	Uji Validitas Variabel <i>Product</i> (X1).....	250

Tabel 5.13	Uji Validitas Variabel <i>Price</i> (X2).....	251
Tabel 5.14	Uji Validitas Variabel <i>Place</i> (X3).....	251
Tabel 5.15	Uji Validitas Variabel <i>Promotion</i> (X4).....	252
Tabel 5.16	Uji Validitas Variabel <i>People</i> (X5).....	252
Tabel 5.17	Uji Validitas Variabel <i>Physical Evidence</i> (X6).....	253
Tabel 5.18	Uji Validitas Variabel <i>Process</i> (X7).....	253
Tabel 5.19	Uji Validitas Variabel Keputusan Menginap (Y).....	254
Tabel 5.20	Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov Z.....	255
Tabel 5.21	Uji Normalitas Kolmogorov – Smirnov Z	256
Tabel 5.22	Hasil Uji Multikolinieritas	260
Tabel 5.23	Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi	264
Tabel 5.24	Hasil Uji Koefisien Korelasi	265
Tabel 5.25	Anova Test	271
Tabel 5.26	Uji t Hitung dan Signifikan Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Menginap	273
Tabel 5.27	Matriks Korelasi Antar Dimensi	278
Tabel 5.28	Pedoman Untuk Menginterpretasikan Koefisien Korelasi (r).....	279

U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Distribusi Usaha Akomodasi Menurut Klasifikasi Tahun 2013-2014.....	10
Gambar 1.2 Banyaknya Hotel Berbintang Menurut Klasifikasi 2014.....	11
Gambar 1.3 Market Share Hotel Bintang 5 di Kota Bandung Tahun 2014.....	16
Gambar 1.4 Occupancy Rate Hotel Prama Grand Preanger Bandung Periode 2011-2014.....	17
Gambar 1.5 Segmen Market Hotel Prama Grand Preanger Bandung	18
Gambar 1.6 Proses Pelayanan Jasa.....	29
Gambar 1.7 Saluran Distribusi Hotel Prama Grand Preanger Bandung.....	31
Gambar 2.1 Gambar Toko Priangan Tahun 1884	39
Gambar 2.2 Gambar Hotel Preanger Tahun 1897	40
Gambar 2.3 Gambar Hotel Grand Preanger Tahun 1920	41
Gambar 2.4 Logo Brand Skala Atas.....	44
Gambar 2.5 Logo Brand Skala Menengah.....	44
Gambar 2.6 Logo Brand Skala Ekonomi.....	45
Gambar 2.7 Gambat Hotel Prama Grand Preanger Tahun 1988.....	46
Gambar 2.8 Logo Hotel Prama Grand Preangeer Bandung.....	48
Gambar 2.9 Struktur Organisasi Hotel Prama Grand Preanger Bandung.....	67
Gambar 2.10 Use Case Informasi dan Pemesanan Kamar	71
Gambar 3.1 Lima Tingkatan Produk	89
Gambar 3.2 Tahap-Tahap Keputusan Pembelian Konsumen	121
Gambar 3.3 Kerangka Pemikiran	201
Gambar 5.1 Diagram Histogram Data Penelitian	257
Gambar 5.2 Diagram Normal PP. Plot of Normalities	258
Gambar 5.3 Diagram P-Plot Of Normalitas.....	262