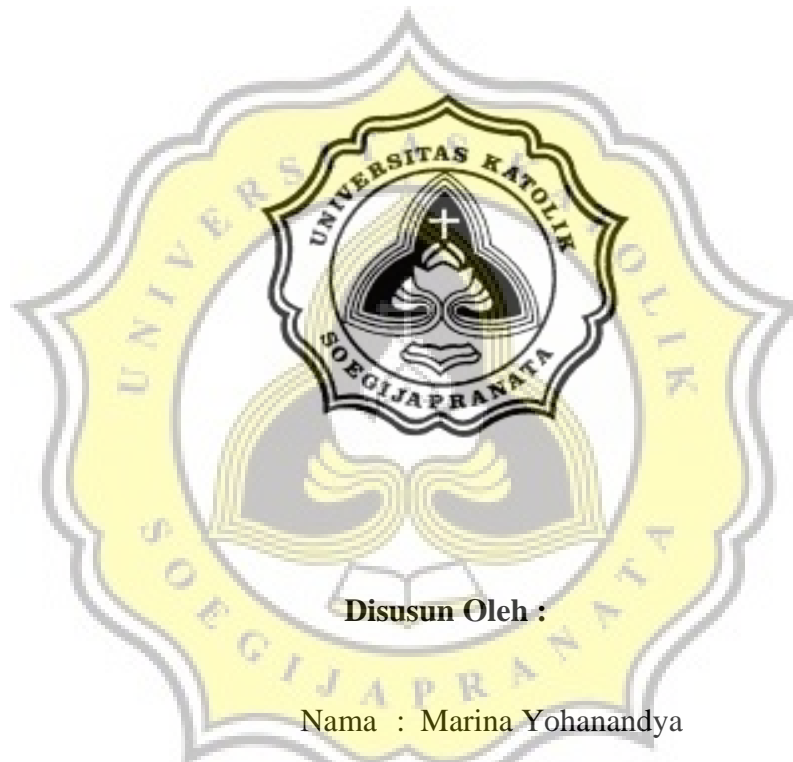


**Persepsi Konsumen Pengguna Hotel Ciputra Semarang terhadap
Letak Hotel yang Strategis dan Fasilitas yang Tersedia**

Skripsi

Diajukan Sebagai Salah satu Syarat Untuk Memenuhi Persyaratan
Mencapai Gelar Kesarjanaan S-1
Pada Fakultas Ekonomi
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG
2007**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Marina Yohanandya

NIM : 01.30.0138

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : Persepsi Konsumen Pengguna Hotel Ciputra Semarang terhadap Letak
Hotel yang Strategis dan Fasilitas yang Tersedia



Disetujui di Semarang, Oktober 2007

Pembimbing

(Ratna Wulandari , SE, MSi)

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI DENGAN JUDUL :
**Persepsi Konsumen Pengguna Hotel Ciputra Semarang terhadap Letak
Hotel yang Strategis dan Fasilitas yang Tersedia**

Yang dipersiapkan dan Disusun Oleh :

Nama : Marina Yohanandya

NIM : 01.30.0138

Telah dipertahankan di depan Penguji pada tanggal : 05 November 2007

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima sebagai
salah satu persyaratan Untuk mencapai gelar
Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen

Pembimbing

Koordinator Penguji

(Ratna Wulandari , SE, Msi)

(DRA. MY. Dwi Hayu Agustini, MBA)

Dekan Fakultas Ekonomi

(A. Sentot Suciarto, Ph.D)

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Tuhan itu baik,..

Sampai seseorang berkomitmen, pasti masih ada rasa berat, ragu-ragu, peluang untuk undur diri dan munculnya kegagalan begitu seseorang berkomitmen terhadap dirinya, takdir akan mulai turut tak bergeming. Serangkaian kejadian akan muncul akibat keputusan tersebut. Timbul dalam berbagai bentuk kebetulan



PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Marina Yohanandya

NIM : 01.30.0138

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti plagiasi, manipulasi dan / atau bentuk-bentuk kecurangan yang lain, saya bersedia untuk menerima sanksi dalam bentuk apapun dari Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.

Semarang, November 2007

(Marina Yohanandya)

ABSTRAKSI

Bisnis perhotelan di Semarang memiliki keunikan tersendiri. Pada saat pelaku bisnis serupa di kota-kota lain Indonesia mengeluh karena tingkat hunian turun, Semarang justru sebaliknya. Di Surabaya, misalnya, hotel-hotel jor-joran menurunkan tarif untuk bersaing memperoleh tamu. Keadaannya berbeda dari Semarang yang justru tarif tidak begitu menjadi persoalan. Para tamu pun tidak memperlmasalahkan meski tarif hotel di Kota Atlas terhitung tinggi dibandingkan dengan kota lain di Jateng dan Yogyakarta. Contohnya tarif kamar standar hotel bintang empat di Semarang rata-rata di atas Rp 250.000 per malam, sedangkan di Solo dan Yogya lebih rendah dari itu.

Tingkat hunian atau okupansi hotel berbintang di Semarang rata-rata bisa mencapai 75% lebih. Bahkan pada saat peak season (musim ramai tamu) selalu fully booked atau penuh. Ketika bisnis perhotelan didera berbagai masalah, antara lain krisis ekonomi, bom Bali, dan wabah SARS, tingkat hunian di Semarang masih cukup baik. Meski pada masa-masa itu tingkat hunian hanya 40%-50%, tetapi Semarang terhitung paling bagus dibandingkan dengan kota-kota lain di Indonesia sehingga tidak mengherankan jika kemudian banyak investor melirik Semarang sebagai lokasi potensial untuk mendirikan hotel.

Hotel Ciputra Semarang sebagai salah satu hotel di Semarang juga terus melakukan pembenahan untuk menghadapi persaingan bisnis perhotelan yang kian marak di Semarang. Sebagai salah satu hotel bintang lima internasional, hotel Ciputra Semarang terletak tepat di jantung kota Semarang, Simpang Lima, dan berada di kawasan bisnis & pusat perbelanjaan yang dapat ditempuh hanya 15 menit dari Bandara Achmad Yani dan berhadapan dengan Mal Ciputra, pusat perbelanjaan terbesar di Semarang dengan fasilitas bank dan berbagai gerai ATM, bioskop, restoran dan toko-toko yang eksklusif.

Penelitian ini ingin mengetahui lebih jauh mengenai persepsi konsumen Hotel Ciputra Semarang terhadap letak hotel yang strategis dan pelayanannya dan mengangkat judul penelitian, *“Persepsi Konsumen Pengguna Jasa Hotel Ciputra Semarang terhadap Lokasi Hotel dan Fasilitas yang Tersedia”*

Dalam penelitian ini yang menjadi permasalahan penelitian adalah bagaimana persepsi konsumen terhadap lokasi Hotel Ciputra Semarang dan bagaimana persepsi konsumen terhadap fasilitas Hotel Ciputra Semarang

Dalam tinjauan pustaka dijelaskan tentang konsep yang digunakan dan definisinya yang meliputi Stimulus Pemasaran dan Persepsi Konsumen, Organisasi Persepsi, Interpretasi Perseptual, Jasa Hotel dan Manajemen Hotel.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan menggunakan *Skala Likert* dan rentang skala untuk mengukur tanggapan responden sedangkan metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan nilai rata-rata.

Pada pembahasan dikemukakan mengenai hasil analisis dimana berdasarkan hasil analisis diketahui Persepsi konsumen terhadap lokasi Hotel Ciputra adalah Hotel dengan letak strategis dimana hal ini didukung dengan kedekatan hotel Ciputra dengan pusat kota, kemudahan dijangkau angkutan, kedekatan dengan

pusat perbelanjaan, kedekatan dengan pusat bisnis, kedekatan dengan rumah sakit dan kedekatan dengan jalur transportasi seperti bandara, stasiun kereta api.

Persepsi konsumen terhadap fasilitas Hotel Ciputra didasarkan atas kenyamanan Hotel Ciputra dengan segala sarana yang melingkupi yaitu kenyamanan kamar tidur, restoran dengan makanan dan minuman yang enak, memiliki loby hotel yang nyaman, memiliki tempat hiburan bagi tamu hotel seperti bar, café, memiliki pelayanan antar jemput, memiliki kolam renang yang nyaman, memiliki fasilitas olahraga seperti fitness, memiliki area hotspot untuk internet dan memberikan *discount* kepada pelanggan. Dari dua atribut Hotel Ciputra Semarang yang diteliti, masing-masing dipersepsikan berbeda oleh konsumen dimana untuk lokasi Hotel Ciputra Semarang, kedekatan dengan pusat kota menjadi item/atribut yang menjadi dasar responden mempersepsikan lokasi Hotel Ciputra Semarang sedangkan untuk fasilitas Hotel Ciputra Semarang, kenyamanan kamar tidur hotel menjadi dasar responden saat mempersepsikan Hotel Cputra Semarang.



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Esa., karena berkat karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul *Persepsi Konsumen Pengguna Hotel Ciputra Semarang terhadap Letak Hotel yang Strategis dan Fasilitas yang Tersedia*

Peneliti menyadari tanpa bantuan dari berbagai pihak skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. First and foremost I thank God for the most incredible adventure anyone could ever hope, wish or dream for – praise to You.
2. Bapak Sentot Suciarto, PhD ; selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan perhatian dan ijin melakukan penelitian ini.
3. Ibu A. Ratna Wulandari, SE. Msi ; selaku Dosen Pembimbing yang dengan kejiannya banyak memberikan bimbingan, masukan dan saran bagi penulis.
4. Terima kasih buat Papiku, yang memberi Marina kepercayaan, kebebasan untuk berpikir dan menentukan jalan hidup. Dan terima kasih karena Papi sudah mengajarkan Marina untuk bertanggungjawab atas pilihan Marina. Oh Dad,..it's not easy.....
5. Mami, meski kita sering berdebat tapi kalau semua perbedaan kita tidak ada Marina tidak akan kuat seperti sekarang ini. Terima kasih buat Doa MaMi...

6. Suamiku, Agung...Terima kasih buat semua dukungan dan doa Agung. Hubungan kita buat Marina lebih kuat menjalani hidup..
7. My beloved..Michael Eythan Jakiona Legowo..Maaf kalau Mami sering niggalin Michael ..ya. Tapi semuanya Mami lakukan untuk Michael.
8. My Freaky Brothers...Brian, Yossi..Makasih ya udah sabar ngadepin Marina yang suka panik dan marah-marah..Makasih udah jadi temenku, yang nganterin, nasehatin...you're my best friend...
9. Dan makasih uat semua dukungan dan doa dari semua temen-temen yang ga' bisa Marina sebutkan satu persatu.

Tanpa bantuan dan perhatian dari semua pihak, tidak mungkin skripsi ini dapat terselesaikan karena keterbatasan penulis. Penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun dalam ketidaksempurnaan ini penulis berharap ada manfaat yang dapat diambil dari karya ini.

Penulis menyadari akan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki sebagai suatu kelemahan dan kekurangan yang menyebabkan skripsi ini jauh dari sempurna, oleh karena itu, segala saran, bimbingan maupun kritik yang membangun sangat peneliti harapkan

Akhir kata, peneliti berharap semoga skripsi ini dapat berguna bagi semua pihak yang membutuhkan.

Semarang, November 2007

Peneliti

DAFTAR ISI

| | |
|-------------------------------------|----------|
| Halaman Judul..... | i |
| Halaman Persetujuan..... | ii |
| Halaman Pengesahan | iii |
| Halaman Motto dan Persembahan | iv |
| Abstraksi | v |
| Kata Pengantar | vii |
| Daftar Isi | x |
| Daftar Tabel | xiv |
| Daftar Gambar..... | xv |
| Daftar Lampiran..... | xvi |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1. Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2. Perumusan Masalah..... | 7 |
| 1.3. Tujuan Penelitian..... | 7 |
| 1.4. Manfaat Penelitian..... | 7 |
| 1.5. Sistematika Penulisan..... | 8 |

| | |
|--|----|
| BAB II LANDASAN TEORI | 9 |
| 2.1. Persepsi | 9 |
| 2.1.1. Karakteristik Stimulus Pemasarn yang Mempengaruhi Persepsi | 12 |
| 2.1.2. Interpretasi Persepsi | 16 |
| 2.2. Pengertian Jasa | 16 |
| 2.3. Jasa Hotel | 18 |
| 2.3.1. Manajemen Hotel | 19 |
| 2.4. Lokasi | 20 |
| 2.4.1. Lokasi yang Dekat dengan Pemukiman | 22 |
| 2.5. Kerangka Pikir | 24 |
| 2.6. Definisi Operasional | 25 |
| BAB III METODOLOGI PENELITIAN | 27 |
| 3.1. Obyek Dan Lokasi Penelitian | 27 |
| 3.2. Populasi | 27 |
| 3.3. Sampel | 27 |
| 3.4. Sumber Data dan Metode Pengumpulan Data | 28 |
| 3.4.1. Sumber Data | 28 |
| 3.4.2. Metode Pengumpulan Data | 29 |
| 3.5. Uji Validitas Dan Reliabilitas | 29 |
| 3.4.1. Uji Validitas | 29 |
| 3.4.2. Uji Reliabilitas | 31 |

| | |
|---|-----------|
| 3.6. Rentang Skala..... | 32 |
| 3.7. Metode Analisis Data..... | 33 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 39 |
| 4.1. Gambaran Umum Responden | 39 |
| 4.1.1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... | 39 |
| 4.1.2. Responden Berdasarkan Pendidikan..... | 39 |
| 4.1.3. Responden Berdasarkan Penghasilan/bulan | 41 |
| 4.1.4. Responden Berdasarkan Pekerjaan..... | 42 |
| 4.1.5. Responden Berdasarkan Usia | 43 |
| 4.1.6. Responden Berdasarkan Tujuan Menginap | 44 |
| 4.1.7. Responden Berdasarkan Lama Menginap | 45 |
| 4.1.8. Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap..... | 46 |
| 4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian..... | 47 |
| 4.2.1. Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Hotel Ciputra Semarang | 47 |
| 4.2.2. Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Hotel Ciputra Semarang | 51 |
| 4.2.3. Tabulasi Silang Tanggapan Responden dengan Tujuan dan Lama Menginap | 55 |
| 4.3. Pembahasan | 59 |

| | |
|-----------------------|----|
| BAB V PENUTUP..... | 60 |
| 5.1. Kesimpulan | 60 |
| 5.2. Saran..... | 61 |
| DAFTAR PUSTAKA | |
| LAMPIRAN | |



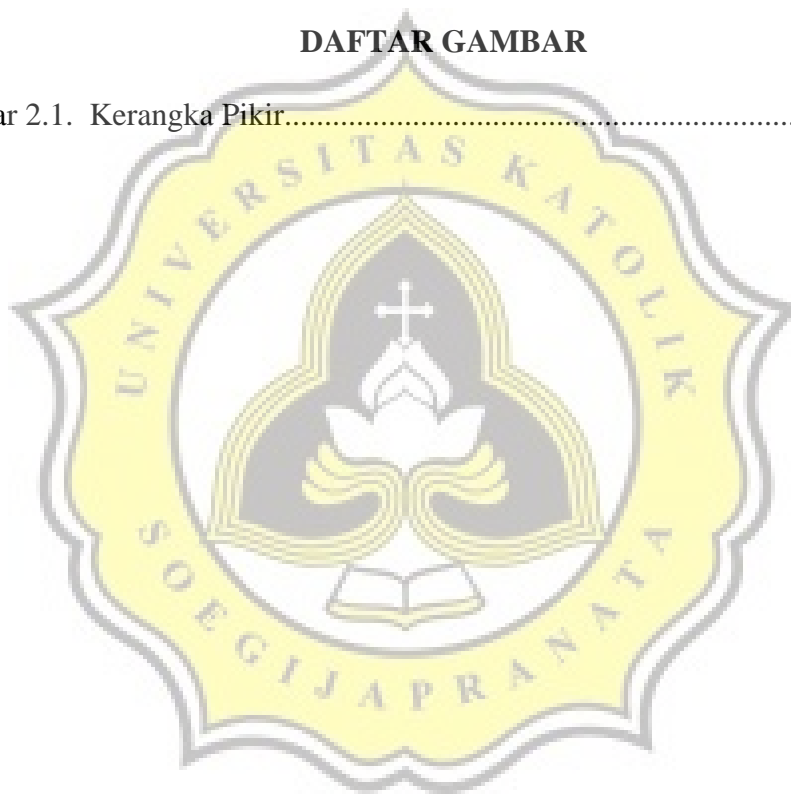
DAFTAR TABEL

| | | |
|-------------|--|----|
| Tabel 1.1. | Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Hotel Ciputra Semarang | 6 |
| Tabel 3.1. | Hasil Uji Validitas | 30 |
| Tabel 3.2. | hasil Uji Reliabilitas | 31 |
| Tabel 4.1. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin | 40 |
| Tabel 4.2. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Pendidikan | 40 |
| Tabel 4.3. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Penghasilan/Bulan | 41 |
| Tabel 4.4. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Pekerjaan | 42 |
| Tabel 4.5. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Usia | 43 |
| Tabel 4.6. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Tujuan Menginap | 44 |
| Tabel 4.7. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Lama Menginap.. .. | 45 |
| Tabel 4.8. | Pengelompokan Responden Berdasarkan Frekuensi Menginap..... | 46 |
| Tabel 4.9. | Tanggapan Responden Terhadap Lokasi Hotel Ciputra Semarang..... | 47 |
| Tabel 4.10. | Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas Hotel Ciputra Semarang..... | 47 |
| Tabel 4.11. | Tabulasi Silang Tujuan Menginap dengan tanggapan Responden Terhadap Lokasi | 55 |
| Tabel 4.12. | Tabulasi Silang Lama Menginapn dengan tanggapan Responden Terhadap Lokasi | 56 |

| | |
|---|----|
| Tabel 4.11. Tabulasi Silang Tujuan Menginap dengan Tanggapan Responden Terhadap Fasilitas..... | 57 |
| Tabel 4.11. Tabulasi Silang Lama Menginap dengan tanggapan Responden Terhadap Fasilitas..... | 58 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---------------------------------|----|
| Gambar 2.1. Kerangka Pikir..... | 24 |
|---------------------------------|----|



DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|------------|---|
| LAMPIRAN 1 | KUESIONER |
| LAMPIRAN 2 | TABULASI DATA RESPONDEN |
| LAMPIRAN 3 | VALIDITAS DAN RELIABILITAS |
| LAMPIRAN 4 | FREKUENSI TANGGAPAN RESPONDEN |
| LAMPIRAN 5 | IDENTITAS RESPONDEN |
| LAMPIRAN 6 | FREKUENSI FREKUENSI IDENTITAS RESPONDEN |
| LAMPIRAN 7 | BUKU KONSULTASI SKRIPSI |
| LAMPIRAN 8 | CATATAN REVISI |

