

647.94
HUG
P @.1

**PENGARUH PELAYANAN, FASILITAS, DAN HARGA
TERHADAP MINAT PEMBELIAN ULANG JASA PENGINAPAN
DI HOTEL SURYA INDAH SALATIGA**

TESIS

*Diajukan kepada Pengelola Program Studi Magister Manajemen
Universitas Diponegoro
Untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh
Derajat Sarjana - S2 Magister Manajemen*



Diajukan Oleh :

Nama : Benny Adi Nugroho, ST
NIM : C4A 097007

**PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCA SARJANA
UNIVERSITAS DIPONEGORO
TAHUN 2000**

Tesis berjudul
**PENGARUH PELAYANAN ,FASILITAS ,DAN HARGA TERHADAP MINAT
PEMBELIAN ULANG JASA PENGINAPAN DI HOTEL SURYA INDAH
SALATIGA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh
Benny Adi Nugroho

telah dipertahankan didepan Dewan penguji pada tanggal 1 Agustus 2000
dan telah memenuhi syarat untuk diterima

pembimbing utama/ketua




Drs Sutopo, MS

pembimbing/anggota



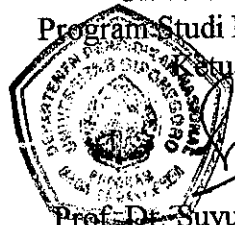
Dra Yoestini, Msi

Anggota Penguji Lain



Drs Daryono Rahardjo, MM

Semarang ,1 Agustus 2000
Universitas Diponegoro
Program Studi Magister Manajemen
Ketua Program



Prof. Dr. Suyudi Mangunwihardjo

ABSTRAK

Seiring dengan berkembangnya Salatiga menjadi kota perdagangan, adanya universitas Kristen Satya Wacana maka peluang usaha perhotelan cukup menarik minat investor untuk melakukan investasi dibidang tersebut . Adapun permasalahan yang dihadapi hotel Surya Indah adanya peningkatan keluhan dari pelanggan maka keinginan pihak pengelola untuk mengetahui pengaruh pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan hotel tersebut. Tujuan penelitian ini ingin mengetahui pengaruh pelayanan, fasilitas, dan harga terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan hotel tersebut.

Data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak hotel dan dari jawaban kuesioner tamu yang menginap di hotel Surya Indah Salatiga .Jumlah sampel digunakan sebesar 100 sampel.

Pada penelitian ini dependent variabel adalah minat pembelian ulang jasa penginapan hotel(y) dan independent variabel: pelayanan hotel(X₁),fasilitas hotel (X₂),tarif hotel (X₃)

Teknik analisis menggunakan model statistik regresi linear berganda dengan bantuan program statistik SPSS,hasil dari penelitian ini bersifat statistik deskriptif.

Dari hasil perhitungan data diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut:

$$Y = 8,991 + 0,239 X_1 + 0,139 X_2 + 0,180 X_3$$

Hasil Uji t: pelayanan 5,810 ; fasilitas 4,559 ; harga 3,374 ;karena (t hitung >t tabel 1,9850) maka mempengaruhi minat pembelian ulang jasa penginapan Hotel Surya Indah. Hasil uji F 53,162 > F tabel 2,6994 . Tidak terdapat Multikolinieritas dan Autokorelasi.

Beberapa saran yaitu perlunya ditingkatkan kemampuan serta keahlian petugas, perlu ditingkatkan fasilitas yang disediakan hotel yang meliputi kondisi fisik hotel, kebersihan dan kerapian kamar. Tetap mempertahankan kesesuaian antara harga dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan sehingga dapat membuat tamu beranggapan bahwa harga di hotel Surya Indah Hotel Salatiga tidak mahal.

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan kasih dan anugerahNya kepada peneliti, sehingga dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “Pengaruh Pelayanan, Fasilitas, dan Harga Terhadap minat pembelian ulang Jasa Penginapan Di Hotel Surya Indah Salatiga”.

Penyusunan tesis ini dimaksudkan untuk melengkapi salah satu persyaratan dalam rangka menempuh ujian akhir Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang. Mengingat banyak informasi yang diperlukan, bimbingan, bantuan maupun dorongan dari berbagai pihak sehingga penyusunan tesis ini dapat diselesaikan. Dalam kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih sedalam-dalamnya kepada :

1. Bpk. Drs Sutopo,MS , selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian dan kesabaran, bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan tesis ini.
2. Ibu Dra Yoestini,MSi , selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian dan kesabaran, bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan tesis ini.
3. Bpk. Drs Daryono Rahardjo,MM , selaku dosen pembimbing yang dengan penuh perhatian dan kesabaran, bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan pengarahan selama penulisan tesis ini.

4. Ketua program Magister Manajemen Universitas Diponegoro Semarang beserta staf dan para dosen yang telah memberikan bantuan untuk menambah pengetahuan penulis khususnya dalam bidang manajemen.
5. Bpk. S Hartadji selaku pimpinan Hotel Surya Indah Salatiga yang telah banyak membantu memberikan informasi dan penjelasan sehingga tesis ini dapat selesai.
6. Para responden yang telah membantu penulisan tesis dengan memberikan keterangan yang berguna bagi tesis ini.
7. Teman-teman yang telah membantu penulisan tesis dengan memberikan keterangan yang berguna bagi tesis ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun.

Peneliti berharap semoga tesis ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, meskipun peneliti mengakui dan menyadari sepenuhnya bahwa penulisan tesis ini masih jauh dari sempurna

Semarang, Agustus 2000

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR TABEL	viii
	Halaman
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Permasalahan	3
1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian	4
1.3.1 Tujuan Penelitian	4
1.3.2 Kegunaan Penelitian	5
BABII. TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS	6
2.1 Telaah Pustaka	6
2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis	14
2.4 Hipotesis	14
2.5 Definisi Operasional	15
BABIII. METODE PENELITIAN	20
3.1 Jenis dan Sumber Data	20
3.2 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel	21
3.3 Metode Pengumpulan Data	22
3.4 Teknik Analisis	23
3.4.1 Analisis dengan Menggunakan Metoderegresi Linier Berganda	23
3.4.2 Evaluasi Ekonometri	25
3.4.3 Analisis Koefisien Korelasi Parsial	27
BAB IV. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN	28
4.1 Sejarah Singkat Perusahaan	28
4.2 Tipe-Tipe Kamar Hotel Surya Indah Salatiga	28
4.3 Tenaga Kerja di Hotel Surya Indah Salatiga	31
4.4 Struktur Organisasi	31
BAB V. PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN	38
5.1 Gambaran Umum Responden	38
5.2 Analisis Faktor-faktor yang berpengaruh terhadap minat pembelian Ulang Jasa Penginapan Hotel Surya Indah Salatiga	42
5.3 Pengaruh penilaian pelayanan terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Penginapan Hotel Surya Indah Salatiga	43
5.4 Pengaruh penilaian Fasilitas Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa	

Penginapan Hotel Surya Indah Salatiga	46
5.5 Pengaruh Penilaian Harga Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Penginapan Hotel Surya Indah Salatiga	50
5.6 Pengaruh Penilaian Pelayanan, Fasilitas, Harga, Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Penginapan Hotel Surya Indah Salatiga	53
5.7 Pengujian terhadap Penyimpangan Asumsi Klasik	55
5.8 Analisis Koefisien Korelasi Parsial	57
5.9 Implementasi Manajerial	58
BAB VI. KESIMPULAN DAN SARAN	62
6.1 Kesimpulan	62
6.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	
DAFTAR PERTANYAAN	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka Pemikiran Teoritis	14
2. Struktur Organisasi Hotel Surya Indah Salatiga	34

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
5.1 Tingkat Usia dan Jenis Kelamin Responden	39
5.2 Jenis Pekerjaan dan Status Perkawinan	39
5.3 Daerah Asal Responden	40
5.4 Tujuan dan Kepentingan responden	41
5.5 Jenis Pekerjaan dan Penghasilan Responden	41

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Seiring dengan berkembangnya kota Salatiga menjadi kota perdagangan yang semakin modern tanpa meninggalkan basis perdagangan ekonomi tradisional. Komoditi yang dipasarkan di kota ini tidak lagi terbatas pada hasil bumi, tetapi sudah luas pada produk barang dan jasa yang dibutuhkan masyarakat dikota-kota yang semakin berkembang. Selain itu di sekitar kota Salatiga sudah sejak lama terkenal dengan obyek wisata, seperti Rawa Pening, Kopeng, Telomoyo dan lain-lainnya. Selain adanya obyek wisata, keberadaan Universitas Kristen Satya Wacana (UKSW) yang cukup terkenal di Asia Tenggara, juga semakin menggairahkan perhotelan di Salatiga. Hal ini dikarenakan apabila ada acara wisuda, maupun penerimaan mahasiswa baru dari berbagai daerah di Indonesia. Berdasarkan hal diatas maka dibutuhkan hotel yang representatif untuk menampung baik calon mahasiswanya maupun para orang tua mereka. Peluang usaha ini cukup menarik minat para investor untuk melakukan investasi di bidang perhotelan tersebut, hal ini terbukti terdapatnya tiga hotel bertaraf melati di Salatiga pada tahun 1989, sedangkan di tahun 1998 telah terdapat tujuh hotel bertaraf melati di Salatiga ini. Sebagai kota kecil, persaingan di bidang perhotelan tersebut sudah menjadi sangat kompetitive.

URT-POSTAK-UNDIP

Oleh karena itu pihak hotel dituntut mempelajari apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh konsumen sehingga mau memutuskan untuk menginap dan merasa puas di hotel tersebut. Konsumen memutuskan untuk menginap di suatu hotel karena dilandasi pertimbangan-pertimbangan tertentu, yang dinilai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Bagi pihak pengusaha hotel, pertimbangan, kritik, keluhan serta saran yang diambil dan diberikan konsumen dapat digunakan sebagai masukan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan dan kualitas hotelnya dalam memberikan pelayanan dan fasilitas dibandingkan harga yang harus dikeluarkan konsumen. Untuk itu pihak hotel menyediakan kotak saran dan ternyata ada peningkatan keluhan (*complain*), jika konsumen merasa puas selanjutnya ia akan menggunakan atau menginap kembali di hotel tersebut (*rebuying*), namun sebaliknya konsumen akan berpindah ke hotel lain apabila merasa tidak puas terhadap pelayanan, fasilitas, harga hotel tersebut. Untuk memenuhi kebutuhan pada industri jasa, pelayanan, fasilitas, dan harga sangat penting dikelola perusahaan dengan baik. Hotel Surya Indah yang terletak di Jalan Diponegoro 110A Salatiga termasuk salah satu hotel yang dituntut untuk senantiasa mengikuti serta mengembangkan pelayanan, fasilitas dan harga yang diberikannya sehingga para tamu senantiasa merasa puas dan berminat melakukan *rebuying* atas jasa perhotelan yang ditawarkannya.

1.2 Permasalahan

Sasaran dan tujuan pemasaran usaha di bidang jasa perhotelan adalah pemuasan kebutuhan dan keinginan tamu hotel. Untuk itu pengelola hotel perlu mengkaji pendapat serta penilaian yang diberikan tamu untuk mengetahui apa sebenarnya kebutuhan dan keinginan yang diharapkan tamu agar tamu merasa puas dan mengkaji mengapa tamu sampai pada keputusan membeli jasa akomodasi di hotel tertentu dan menciptakan minat pembelian ulang (*rebuying*) jasa penginapan hotel tersebut.

Adapun permasalahan yang dihadapi Hotel Surya Indah adalah keinginan pihak pengelola untuk mengetahui sejauh mana pelayanan, fasilitas, dan harga yang diberikan pihak hotel terhadap kepuasan pelanggan serta sejauh mana tingkat pelayanan tersebut menciptakan minat pembelian ulang (*rebuying*) jasa penginapan hotel tersebut. Cara yang digunakan adalah dengan menyediakan kotak saran serta keluhan dan questioner yang diletakkan di ruang lobby dan front office. Dari hasil pemantauan pihak manajemen diketahui selama empat bulan terakhir terjadi peningkatan keluhan dari pelanggan pada kotak-kotak saran yang disediakan pihak manajemen hotel Surya Indah Salatiga.

Hal itu perlu dikaji sebab konsumen memutuskan membeli jasa akomodasi di suatu hotel karena dipengaruhi oleh pertimbangan-pertimbangan tertentu yang dinilai sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Dengan mengetahui faktor tersebut pengusaha akan dapat menjadikannya sebagai bahan masukan sampai seberapa jauh

kelebihan dan kekurangan hotelnya. Adapun faktor yang menjadikan pertimbangan konsumen adalah pelayanan yang baik, fasilitas yang baik, dan penentuan harga yang bersaing.

Berdasarkan pertimbangan tersebut maka faktor-faktor yang akan diteliti adalah penilaian konsumen terhadap pelayanan, fasilitas yang tersedia, serta penilaian harga yang ditetapkan oleh pihak hotel.

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui pengaruh faktor pelayanan yang diberikan pihak Hotel Surya Indah terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan hotel yang disediakan pengelola hotel.
2. Mengetahui pengaruh faktor fasilitas yang diberikan pihak Hotel Surya Indah terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan hotel yang disediakan pengelola hotel.
3. Mengetahui pengaruh faktor harga sewa yang ditetapkan pihak Hotel Surya Indah terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan hotel yang disediakan pengelola hotel.
4. Mengetahui sejauh mana pengaruh faktor pelayanan, fasilitas dan harga terhadap minat pembelian jasa akomodasi Hotel Surya Indah Salatiga.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadikan masukan atau pertimbangan bagi pihak pengelola hotel dalam menilai maupun mengevaluasi tingkat pelayanan yang diberikan kepada konsumen dalam menciptakan minat pembelian ulang.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk ilmu pengetahuan terutama untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara tingkat pelayanan terhadap minat pembelian ulang (*rebuying*).

BAB II

TELAAH PUSTAKA DAN HIPOTESIS

2.1 Telaah Pustaka

Tujuan dari manajemen jasa pelayanan adalah untuk mencapai tingkat pelayanan tertentu, karena eratnya kaitan tingkatan ini dihubungkan dengan kepuasan konsumen (Bannet dan Silalahi, 1989). Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan (Kotler, 1994).

Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap tingkat pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibanding harapannya (Kotler, 1994). Sedangkan Bearden and Teel menemukan bahwa kepuasan pelanggan merupakan determinan yang signifikan dari pengulangan pembelian, informasi dari mulut ke mulut yang positif dan kesetiaan pelanggan (Bearden and Teel dalam Woodside, Frey, and Daly, 1989).

Hasil penelitian dari Cronin & Taylor (1992) menunjukkan bahwa tingkat pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap intensi perilaku pembelian yang akan datang, sedangkan kualitas

pelayanan tidak berpengaruh terhadap intensi perilaku pembelian. Menurut teori Fishbein dan Ajzin, perilaku konsumen dipengaruhi oleh sikap dan norma subyektif, tetapi minatnya untuk membeli kembali akan sangat dipengaruhi oleh pengalamannya yang lampau waktu membeli atau memakai produk yang sama (Bentler and Speckart, 1979). Dan Bitner (1990) menyatakan bahwa kepuasan mempengaruhi intensi pembelian melalui tingkat pelayanan (sebagai intervening variabel). Menurut Woodside, Frey and Daily (1989) bahwa kepuasan pelanggan merupakan intervening variable hubungan antara tingkat pelayanan dengan intensi pembelian.

Dalam sistem sosial pariwisata, hotel adalah jasa yang berupa bangunan atau kompleks bangunan yang secara komersial memberikan fasilitas tempat tinggal sementara kepada umum yang memenuhi syarat (Soekadijo, 1997). Definisi hotel menurut Surachlan adalah suatu usaha yang menggunakan bangunan atau sebagian daripadanya yang khusus disediakan, dimana setiap orang dapat menginap dan makan serta memperoleh pelayanan dan fasilitas lainnya dengan pembayaran. (Surachlan, 1992).

Untuk melaksanakan pemberian jasa yang demikian itu, hotel menyediakan fasilitas-fasilitas dan pelayanan-pelayanan yang pokok-pokoknya berupa tempat untuk beristirahat dan kamar tidur, tempat dan ruangan untuk makan dan minum : restoran, bar dan cofeeshop, toilet, kamar mandi, serta pelayanan umum untuk memenuhi segala macam kebutuhan lain dari para tamu hotel. Jasa di dalam hotel itu melibatkan banyak tenaga pegawai. Pada sebuah hotel meskipun tersedia fasilitas untuk makan dan

minum, akan tetapi fasilitas itu tidak selalu dengan sendirinya memberikan jasa lengkap kepada tamu, ada yang tidak. Hal ini tergantung pada sistem pembayaran yang digunakan di hotel yang bersangkutan. Menurut sistem Amerika (*American Plan*), tamu sekaligus membayar untuk semua jasa yang diberikan, termasuk untuk makanan dua atau tiga kali sehari. Makanan yang dihidangkan menurut menu yang dibuat hotel itu (*table d'hote*). Sistem ini juga disebut *full pension*. Sedangkan menurut sistem Eropa (*European Plan*) dalam tarif hotel tidak termasuk harga makanan. Jadi semua makanan dikenakan biaya tambahan. Ada pula sistem dengan tarif yang sudah meliputi harga makan pagi saja, yaitu sistem kontinental (*Continental Plan*). Baik tidaknya serta lengkap tidaknya jasa yang diberikan di hotel digunakan sebagai dasar untuk mengadakan klasifikasi hotel. Klasifikasi hotel itu dibuat untuk memudahkan para calon tamu untuk memilih hotel seperti apa yang dikehendaknya. IUOTO (*International Union of Official Tourist Organization*) menyarankan agar diadakan 'lima kelas hotel', yaitu kelas luks, kelas 1, kelas 2, kelas 3, kelas 4. Banyak negara telah menerima saran IUOTO itu. Akan tetapi negara pariwisata seperti Perancis dulu mengadakan 13 kelas, sedangkan Bulgaria 7 kelas, serta tidak ada kesatuan tentang tanda-tanda yang digunakan untuk menunjukkan kelas hotel. Yang biasa digunakan ialah tanda bintang, akan tetapi ada yang menggunakan angka seperti Italia, ada yang menggunakan huruf A,B,C,D seperti Yunani. Indonesia mengadakan lima kelas sesuai dengan saran IUOTO dan menggunakan tanda bintang. Pemakaian tanda bintang itu kini semakin merata secara international. Hotel berbintang lima adalah hotel luks,

sedangkan di Indonesia hotel yang tidak menyediakan fasilitas dan jasa yang lengkap serta luks diberi tanda sendiri yaitu tanda melati. Menurut Yoeti, hotel melati adalah akomodasi yang digunakan untuk menginap dengan pembayaran seperti: losmen, wisma, pondok wisata, bungalow dan rumah pondokan (*home stay*). (Yoeti,1994) Direktorat Jendral Pariwisata telah menetapkan pembagian hotel menjadi dua macam yaitu hotel berbintang (*classified hotel*) dan hotel non bintang (*nonclassified hotel*). Hotel nonbintang inilah yang disebut sebagai hotel melati dan Hotel Surya Indah Salatiga merupakan salah satunya. Persaingan yang semakin ketat, dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasinya pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama. Hal ini tercermin dari semakin banyaknya perusahaan menyertakan komitmennya terhadap kepuasan pelanggan dalam pernyataan misinya. Keputusan konsumen untuk menginap pada suatu hotel karena sebuah hotel menawarkan jasa yang baik dengan harga yang menarik. Syarat hotel yang baik meliputi 'fasilitas', 'pelayanan', 'tarif' dan 'lokasi' (Soekadijo,1997):

- Syarat fasilitas ialah fungsi, yaitu fasilitas yang disediakan harus berfungsi seperti yang dimaksudkan, misalnya lampu harus menyala dengan baik, keran air berfungsi dengan baik dan aliran airnya lancar. tempat tidur memberikan kenyamanan bagi orang yang berbaring diatasnya, dan seterusnya. Makin baik fungsinya makin baik pula jasanya.

- Syarat pelayanan ialah aktor, yaitu pelayanan yang disediakan lebih terfokus atau tertuju pada kegiatan aktornya, mengenai apa yang dilakukan oleh aktor dan pelayan. Maksudnya pelayanan harus dapat diandalkan akan tercapai melalui perbuatan aktornya, misal *Bellboy* mengangkat barang-barang tamu dengan baik, penghidangan makanan dengan baik dan cepat dan seterusnya. Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi harapan pelanggan
-
- Syarat Tarif ialah harga, yaitu hotel memberikan jasa-jasanya secara komersial, sehingga apa jasa yang diberikan kepada konsumen dapat dirasakan sesuai dengan besarnya biaya yang harus dibayar oleh konsumen, dan dirasa sesuaidan memuaskan. Kualitas maupun kuantitas makanan sesuai dengan tarif yang ditawarkan, mutu kamar sesuai dengan harga yang diberikan. Hal ini tergantung pada sistem pembayaran yang digunakan di hotel yang bersangkutan. Menurut sistem Amerika (*American Plan*),

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut memenuhi harapan pelanggan (Wyckof dalam Lovelock, 1988). Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi dengan

kinerja. Diperoleh temuan dari LeBlank and Nguyen (1988), yang mengusulkan lima dimensi persepsi kualitas layanan, yaitu citra perusahaan, organisasi, pendukung fisik dari sistem operasinya, interaksi karyawan, dengan pelanggan, dan kepuasan pelanggan. Bitner (1990) mengemukakan bahwa standar perbandingan didalam kepuasan adalah harapan yang diprediksikan konsumen akan terjadi, sedangkan kualitas pelayanan yang dirasakan merupakan hasil dari perbandingan kinerja dan yang diterima konsumen dari perusahaan penyedia jasa.

Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan dilihat dari persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap tingkat pelayanan merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibanding harapannya

Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian yang dilakukan Oliver (1993) dapat disimpulkan bahwa kepuasan keseluruhan ditentukan oleh ketidaksesuaian harapan yang merupakan perbandingan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, Linder Pelz (dalam Gotlieb, Grewal, and Brown, 1994) mendefinisikan kepuasan sebagai respon efektif

terhadap pengalaman melakukan konsumsi yang spesifik. Tse and Wilton (1988) menyatakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dan kinerja aktual produk setelah pemakaiannya

Minat Pembelian Ulang Jasa Penginapan

Salah satu teori yang dapat menerangkan hubungan antara sikap, minat dan perilaku adalah teori dari Fishbein and Ajzen (1975) yang dikenal dengan teori *Reasoned Action*. Perilaku seseorang sangat tergantung pada minatnya, sedangkan minat berperilaku sangat tergantung pada sikap dan norma subyektif atas perilaku. Keyakinan atas akibat perilaku sangat mempengaruhi sikap dan norma subyektifnya. Sikap individu terbentuk dari kombinasi antara keyakinan dan evaluasi tentang keyakinan penting seseorang konsumen, sedangkan norma subyektif ditentukan oleh keyakinan dan motivasi bahwa orang penting lain berpendapat sebaiknya melaksanakan atau tidak perilaku. Yang mempengaruhi minat pembelian ulang jasa penginapan Hotel Surya Indah Salatiga adalah pelayanan, fasilitas, dan harga.

2.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang mengkaji perhotelan, khususnya tentang hubungan antara faktor harga dan faktor kualitas pelayanan dengan keputusan konsumen dalam

menyewa kamar penginapan hotel, diantaranya adalah tesis dengan judul “Hubungan Antara Faktor Harga Dan Faktor Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Konsumen Dalam Menyewa Kamar Penginapan Hotel Rama Beach, Kuta Bali” oleh Ira Arjanti merekomendasikan bahwa terdapat hubungan antar faktor harga dengan keputusan konsumen dalam menyewa kamar, serta adanya hubungan antara faktor kualitas pelayanan dengan keputusan konsumen dalam menyewa kamar penginapan pada Hotel Rama Beach, Kuta Bali. Sedangkan pada penelitian ini berdasarkan analisa kualitatif yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara tingkat kualitas pelayanan terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan di Hotel Surya Indah Salatiga.

Adapun persamaan yang digunakan pada penelitian yang sekarang adalah :

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \beta X_2 + \beta X_3 + \varepsilon$$

dimana :

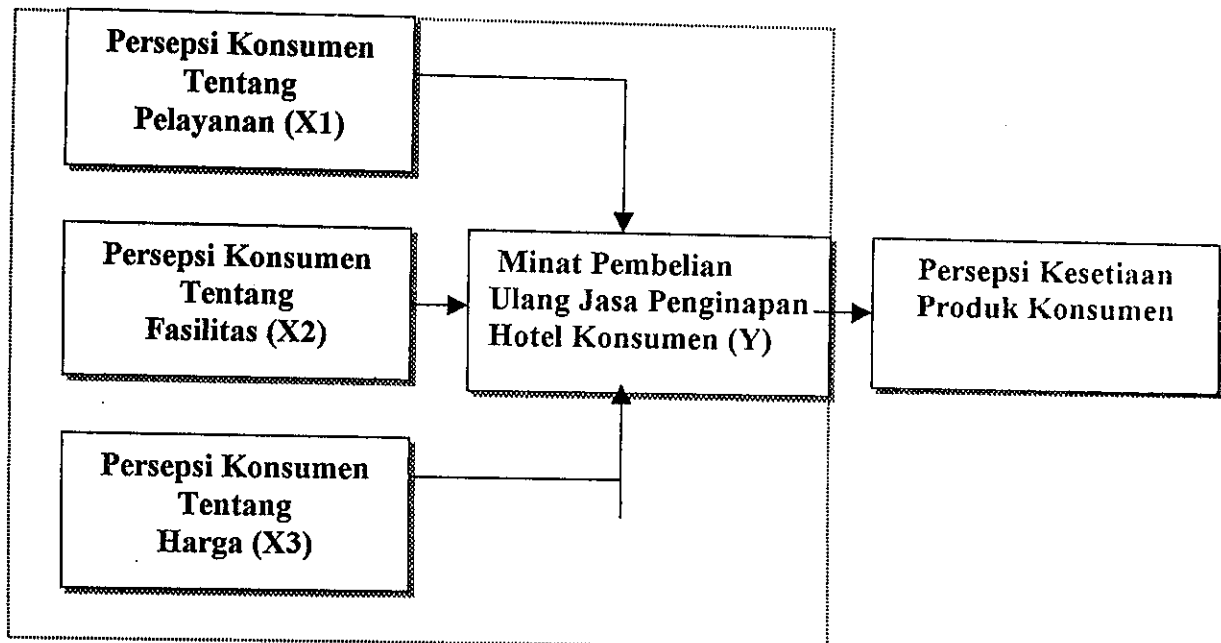
Y	= minat pembelian ulang jasa penginapan hotel
X1	= persepsi mutu pelayanan
X2	= persepsi fasilitas
X3	= persepsi harga
ε	= pengganggu
β	= koefisien regresi

2.3 Kerangka Pemikiran Teoritis

Berdasarkan telaah pustaka tersebut diatas, maka dapat disusun suatu kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut pada gambar 1.

Gambar 1.

Kerangka Pemikiran Teoritis



Keterangan : yang dibahas hanya didalam garis putus-putus

2.4 Hipotesis

Dari berbagai penelitian diatas serta adanya berbagai pendapat mengenai tingkat pelayanandan intesi pembelian, maka dapat dirumuskan hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut :

1. Adanya pengaruh positif antara faktor pelayanan dengan minat pembelian ulang jasa Hotel Surya Indah Salatiga.

2. Adanya pengaruh positif antara faktor fasilitas dengan minat pembelian ulang jasa Hotel Surya Indah Salatiga
3. Adanya pengaruh positif antara faktor harga dengan minat pembelian ulang jasa Hotel Surya Indah Salatiga.
4. Adanya pengaruh positif antara faktor pelayanan, fasilitas dan harga secara bersama-sama dengan minat pembelian ulang jasa Hotel Surya Indah Salatiga.

2.5 Definisi Operasional

Penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif yaitu menggunakan metode statistik. Penelitian ini akan menghasilkan suatu kesimpulan yang bersifat statistik deskriptif dengan aplikasi program statistik.

Sebagaimana telah dikemukakan pada perumusan masalah, tujuan dan hipotesis penelitian, maka variabel-variabel yang akan dianalisis dalam penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Dependen variabel (variabel terikat) adalah Y, merupakan intensi pembelian ulang hotel dalam menginap di Hotel Surya Indah Salatiga.
2. Independen variabel (variabel bebas) yang terdiri dari :
 - mutu pelayanan hotel (X1)
 - fasilitas hotel (X2)
 - harga/tarif hotel (X3)

Untuk membatasi ruang lingkup permasalahan, berikut ini dikemukakan definisi operasional dari variabel terikat (dependen variabel) dan variabel bebas (independen variabel) dalam penelitian ini:

1. Minat Pembelian Ulang Jasa Penginapan Hotel (Y)

Merupakan tahapan dimana konsumen dalam hal ini tamu hotel memberikan penilaian terhadap variabel-variabel pelayanan yang diberikan oleh Hotel Surya Indah Salatiga. Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi intensi perilaku untuk membeli jasa dari penyedia jasa yang sama (Woodside, Frey, Daly, 1989). Kepuasan pelanggan merupakan determinan yang signifikan dari pengulangan pembelian, informasi dari mulut ke mulut yang positif dan kesetiaan pelanggan (Bearden and Teel dalam Woodside, Frey, and Daly, 1989). Hal di atas didukung pula oleh teori yang dimodifikasi oleh Bentes and Spekart (1979), dimana pengaruh masa lampau berpengaruh langsung terhadap perilaku mendatang. Jadi minat seseorang untuk membeli dipengaruhi oleh sikap dan norma subjektif, tetapi minat untuk membeli kembali (*rebuying*) akan dipengaruhi oleh pengalaman yang lalu ketika membeli atau memakai produk yang sama.

- Kepuasan selama menginap di hotel tersebut
- Frekuensi menginap di hotel yang sama
- Keinginan untuk menginap kembali
- Keinginan untuk menjadi pelanggan tetap
- Pengeluaran untuk akomodasi selama menginap

2. Mutu Pelayanan Hotel (X1)

Dalam penelitian yang dilakukan Gronoos dapat disimpulkan bahwa persepsi kualitas layanan adalah fungsi dari apa yang diterima secara aktual oleh pelanggan (kualitas teknis), dan bagaimana cara layanan tersebut disampaikan (kualitas fungsional) (Gronoos,1984). Mutu pelayanan hotel adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh pihak hotel. Mutu pelayanan dalam penelitian ini diukur dari:

- Penampilan dan sikap para petugas dalam melayani
- Keramahan dan kesopanan para petugas dalam melayani
- Kecekatan dan ketrampilan petugas dalam melayani
- Kemampuan petugas dalam menguasai tugasnya
- Perhatian dan atensi petugas dalam menanggapi permintaan dan keluhan pelanggan

3. Fasilitas Hotel (X2)

Damisworo (1990) bahwa perilaku individu (kelompok) dalam sebuah komunitas merupakan segenap tindakan yang dipengaruhi oleh bentuk uang dan fasilitas yang tersedia lengkap. Dapat disimpulkan fasilitas mempunyai hubungan dengan perilaku konsumendan perilaku konsumen tersebut dapat dijadikan oleh Hotel Surya Indah Salatiga untuk mengembangkan hotel tersebut dengan fasilitasnya yang lebih baik

dan lengkap. Fasilitas hotel adalah sarana atau bentuk instrumen yang diberikan kepada konsumen (tamu hotel). Fasilitas hotel dalam penelitian diukur:

- Kondisi fisik hotel secara keseluruhan
- Kelengkapan fasilitas kamar yang ditempati
- Kebersihan dan kerapihan kamar
- Kondisi berfungsi tidaknya fasilitas di kamar
- Kemudahan memakai fasilitas tambahan

4. Tarif Hotel (X3)

Tarif hotel adalah harga atau sejumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang beserta pelayanannya (untuk menginap pada sebuah hotel). Peranan penawaran cukup dominan dalam menentukan harga, peranan permintaan walaupun ada, terbatas pada harga pelayanan kamar (Gani, 1993). Menurut Stanton (1991) pemasaran merupakan satu tahapan dari keseluruhan kegiatan-kegiatan usaha yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromodikan, dan juga mendistribusikan barang atau jasa yang dapat memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli yang potensial. Dalam mekanisme pasar yang murni, tinggi rendahnya tarif biasanya ditentukan oleh interaksi antara permintaan dan penawaran (Kotler, 1994)

Tarif dalam penelitian ini diukur dari:

- Ketertarikan terhadap penetapan harga hotel
- Kesesuaian harga dengan paket fasilitas kamar
- Kesesuaian harga dengan pelayanan yang diberikan
- Kondisi harga yang ditetapkan bila dibandingkan dengan harga dari hotel lain yang setaraf

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 1995). Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak hotel dan dengan responden yaitu berasal dari jawaban kuesioner tamu yang menginap di Hotel Surya Indah Salatiga mengenai identitas responden, pendapat responden mengenai faktor fasilitas hotel, faktor kualitas pelayanan, faktor tarif kamar.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang bukan diusahakan sendiri pengumpulannya oleh peneliti (Marzuki, 1995). Dalam penelitian ini yang menjadi data sekunder adalah data yang diperoleh dari pihak Hotel Surya Indah Salatiga mengenai laporan manajemen Hotel Surya Indah Salatiga .

3.2 Populasi Dan Teknik Pengambilan Sampel

Populasi dari obyek penelitian ini adalah seluruh konsumen domestik yang menginap di hotel, baik yang sudah pernah menginap lebih dari satu kali (*purposive sampling*), maupun yang sedang/kebetulan menginap di Hotel Surya Indah Salatiga (*accidental sampling*).

Didalam penentuan sampel yang representatif, disamping persoalan teknik sampling (cara penarikan sampel) tidak dapat disangkal bahwa penentuan jumlah atau ukuran sampel sangat besar pengaruhnya terhadap ketelitian dalam mengumpulkan data. Ukuran sampel ini harus ditentukan lebih dahulu, kemudian sesuai dengan keadaan populasinya dapat dipilih teknik sampling yang paling sesuai/tepat.

Secara umum besarnya sampel yang diperlukan sangat dipengaruhi oleh maksimum error (e) dan derajat kepercayaan dalam penaksiran populasi tersebut, sehingga besarnya sampel dapat diketahui sebagai berikut (Sutrisno Hadi, 1996) :

- a. Dengan tingkat kepercayaan 95% dan error sampling sebesar 5% besar sampel dapat dihitung dengan rumus error (E) :

$$E = 1,96 \frac{p(1-p)}{\sqrt{n}} \dots\dots\dots(1)$$

- b. Rumus tersebut tidak dapat digunakan secara langsung untuk menentukan besar sampel, karena dalam rumus tersebut besar p tidak diketahui. Tetapi karena nilai p selalu berkisar antara 0 – 1, maka besar $p(1-p)$ maksimum dapat dicari :

$$f(p) = p - p^2$$

$$\frac{df(p)}{dp} = 1 - 2p \dots\dots\dots(2)$$

Dicari maksimum apabila :

$$\frac{df(p)}{dp} = 0$$

$$0 = 1 - 2p$$

$$p = 0,5$$

Harga maksimum $f(p)$ adalah :

$$f(p) = p(1-p)$$

$$= 0,5(1-0,5)$$

$$= 0,25$$

c. Diketahui nilai z pada tingkat kepercayaan 95% adalah 1,96, maka besar sampel :

$$n = [p(1-p)]^2 \left[\frac{1,96}{E} \right]^2$$

$$n = [0,5(1-0,5)]^2 \left[\frac{1,96}{0,05} \right]^2$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan keterangan dan batasan-batasan besarnya sampel yang representatif tersebut di atas maka dalam penelitian ini sampel digunakan sebesar $96,04 \approx 100$ sampel.

3.3 Metode Pengumpulan Data

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan pihak hotel dan dengan responden yaitu berasal dari jawaban kuesioner tamu yang menginap di Hotel Surya Indah Salatiga mengenai identitas responden, pendapat responden mengenai faktor fasilitas hotel, faktor kualitas pelayanan, faktor tarif/harga kamar.

Sedangkan data sekunder diperoleh dari pihak Hotel Surya Indah Salatiga mengenai laporan manajemen Hotel Surya Indah Salatiga .

3.4 Teknik Analisis

Teknik analisis menggunakan model statistik dengan bantuan aplikasi program statistik SPSS, hasil dari penelitian ini bersifat statistik diskriptif.

3.3.1 Analisis Dengan Menggunakan Metode Regresi Linear Berganda

Sedangkan untuk membuktikan kebenaran hipotesis pertama, kedua dan ketiga digunakan uji t yaitu untuk menguji kemaknaan koefisien parsial yaitu :

- apabila $t_{hit} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan demikian variabel bebas dapat menerangkan variabel terikatnya yang ada di dalam model.
- sebaliknya bila $t_{hit} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak bila demikian maka variabel variabel bebas tidak dapat menjelaskan variabel terikatnya dan tidak ada pengaruh diantara variabel yang diuji.

Untuk membuktikan kebenaran hipotesis pertama digunakan uji F, yaitu untuk mengetahui seberapa jauh variabel-variabel bebas yang digunakan mampu menjelaskan variasi variabel terikatnya yaitu :

- apabila hasil perhitungan $F_{hit} > F_{tab}$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi dapat menerangkan variabel terikat secara serentak

sebaliknya jika dari hasil dari perhitungan $F_{hit} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dari H_0 diterima dan H_1 ditolak dengan demikian dapat dikatakan bahwa variabel bebas dari model regresi linear ganda tidak mampu menjelaskan variabel terikatnya atau dengan kata lain model yang dibuat tidak sesuai dengan penelitian ini pada tingkat kepercayaan tertentu.

Selain pembuktian di atas dicari pula besarnya koefisien determinasi (R^2) parsialnya untuk masing-masing variabel bebas kegunaan (R^2) adalah untuk mengetahui sejauh mana sumbangan dari masing-masing variabel kalau variabel lainnya konstan terhadap variabel terikat. Semakin besar variabel (R^2) untuk masing-masing variabel bebas berarti semakin besar pula variasi sumbangannya terhadap variabel terikat. Selanjutnya dalam uji regresi ini dianalisis pula besarnya koefisien determinasi (R^2) keseluruhan. Kegunaan dari analisis dimaksudkan untuk mengukur ketepatan yang paling baik dari analisis regresi linear ganda. Dalam hal ini jika (R^2) yang diperoleh mendekati satu (1) maka dapat dikatakan semakin kuat model tersebut dalam menerangkan variasi variabel bebas terhadap variabel terikatnya. Sebaliknya jika (R^2) mendekati 0 maka semakin lemahlah variasi variabel bebas menerangkan variabel tidak bebasnya.

3.3.2 Evaluasi Ekonometri

Evaluasi ini di maksudkan untuk mengetahui apakah model regresi linear berganda yang digunakan untuk menganalisis penelitian ini telah memenuhi asumsi klasik atau tidak melalui uji berikut ini

- **Uji Multikolinieritas**

Salah satu dari asumsi model regresi linier klasik adalah tidak terjadinya multikolinieritas diantara variabel bebas yang berada didalam satu model. Menurut Mursinto (1993;27) apabila hal ini terjadi berarti antara variabel bebas tersebut saling berkorelasi sehingga sulit diketahui variabel bebas mana yang mempengaruhi variabel terikat. Salah satu cara untuk mendeteksi kolinieritas ini dilakukan dengan melihat angka R jika R tinggi (antara 0.7 dan 1), tetapi tidak satupun atau sangat sedikit koefisien regresi parsialnya secara individual signifikan atas dasar uji t maka hal ini berarti terjadi multikolinieritas

- **Uji Autokorelasi**

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara anggota serangkaian observasi yang diurutkan menurut waktu (time series) atau secara ruang (cross section). Hal ini berarti bahwa pada time series hasil suatu tahun tertentu dipengaruhi oleh tahun sebelumnya sedangkan pada cross section data yang terjadi di suatu tempat saling berpengaruh dengan data ditempat lain. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya korelasi ini dilakukan dengan menggunakan metode Durbin Watson



Test. sedangkan cara mengujinya adalah dengan membandingkan nilai DW yang di hitung (d) dengan d_L dan d_U dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika H_0 tidak ada serial korelasi positif, maka:

$d > d_L$: menolak H_0

$d > d_U$: tidak menolak H_0

$d_L > d > d_U$: pengujian tidak meyakinkan

2. Jika H_0 tidak ada serial korelasi negatif, maka:

$d > 4 - d_L$: menolak H_0

$d < 4 - d_U$: tidak menolak H_0

$4 - d_U < d < 4 - d_L$: pengujian tidak meyakinkan

3. Jika H_0 adalah dua ujung, yakni tidak ada serial korelasi baik positif maupun negatif, maka :

$d < d_L$: menolak H_0

$d > 4 - d_L$: menolak H_0

$d_U < d > 4 - d_U$: tidak menolak H_0 , sedangkan

$d_L < d < d_U$ atau $4 - d_U < d < 4 - d_L$: pengujian tidak meyakinkan atau tidak dapat disimpulkan.

“Coss section” dengan 3 variabel bebas dan 1 variabel terikat. Minat pembelian ulang jasa penginapan Hotel Surya Indah dan variabel bebas yang akan di analisa adalah Pelayanan, fasilitas, dan harga. Analisis regresi digunakan untuk mengetahui elastisitas variabel independen (variasi bebas) alat analisis yang diusulkan adalah model

Statistik diskriptif hubungan antar instrumen menunjukkan adanya variasi variabel yang tidak selalu sama pada tiap periode. Hasil dari persamaan model tersebut menghasilkan nilai beta untuk tiap instrumen yang merupakan elastisitas uji hipotesa persamaan tersebut di atas dengan menggunakan alat bantu komputer dengan aplikasi program statistik mikrostat.

3.3.4 Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Analisis koefisien korelasi parsial dimaksudkan untuk mengetahui besarnya korelasi hubungan antara variabel dependent dengan variabel independent dengan mengasumsikan variabel yang lainnya tetap. Analisis koefisien korelasi parsial diinterpretasikan melalui hasil regresi dari model (r parsial)

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Perusahaan

Hotel Surya Indah berdiri pada tahun 1982 atas prakarsa bapak Soenarto Hartadji. Maksud didirikannya hotel ini adalah sebagai sarana akomodasi di Salatiga, dimana waktu itu lebih ditujukan untuk konsumen kelas menengah keatas. Sedangkan hotel-hotel lain pada waktu itu, seperti hotel beringin dan Slamet sudah ada ditujukan untuk konsumen kelas menengah kebawah. Surya Indah berlokasi di jalan Diponegoro 110 A Salatiga. Dilihat dari letaknya, hotel Surya Indah berada pada posisi yang menguntungkan karena berada pada jalur transportasi Semarang - Solo dan didepan terminal bis Salatiga. Hotel Surya Indah didirikan ditanah seluas 3000 M².

Pertama kali berdiri Surya Indah hanya memiliki 9 kamar, kemudian berkembang pada tahun 1987 menjadi 17 kamar dan pada tahun 1990 hingga sekarang mempunyai 30 kamar. Jumlah kamar sebanyak 30 tersebut diklasifikasikan menjadi 5, yaitu :

4.1.2 Tipe-Tipe Kamar Penginapan Yang Ditawarkan Oleh Hotel Surya Indah Dan Pelayanan-Pelayanan Lain Yang Ada Pada Hotel Surya Indah

Ada beberapa penginapan yang ditawarkan oleh hotel Surya. Tipe-tipe kamar tersebut adalah Executive, Deluxe, Superior, Standard dan Economy. Adapun penjelasan masing-masing tipe kamar adalah sebagai berikut :

- Untuk Executive luas kamarnya paling besar diantara tipe-tipe kamar yang lain. Fasilitas-fasilitas yang disediakan di kamar adalah televisi, air conditioner (AC), mini bar, air panas untuk mandi, tempat mandi berbentuk bath dan shower serta studio bed. Jumlah kamar executive di hotel Surya Indah ada sebanyak 3.

- Untuk Deluxe, luas kamarnya cukup besar tetapi lebih kecil jika dibandingkan dengan Executive. Fasilitas-fasilitas yang disediakan di kamar hampir sama dengan Executive dan biasanya berkesan agak mewah seperti misalnya mempunyai ruang duduk khusus. Jumlah tipe kamar deluxe di hotel Surya Indah ada sebanyak 11.

- Untuk Superior, luas kamarnya tidak begitu besar. Selain itu fasilitas-fasilitas yang disediakan di kamar tidak begitu lengkap misalnya hanya ada televisi, air conditioner (AC), air panas untuk mandi dan tempat mandi berbentuk shower tetapi tidak ada mini bar atau lemari es. Jumlah tipe kamar superior di hotel Surya Indah ada sebanyak 14.

- Untuk Standard, luas kamarnya mempunyai Superior tetapi tidak terlalu besar. Fasilitas-fasilitas yang disediakan di dalam kamar juga tidak begitu lengkap seperti misalnya hanya ada televisi, air conditioner (AC), air panas untuk mandi, dan tempat mandi berbentuk shower tetapi tidak ada mini bar atau lemari es. Letak kamar-kamar tipe standard berada di lantai tiga jumlah kamar standard di hotel Surya Indah ada sebanyak 12.

- Untuk economy, luas kamarnya paling kecil diantara tipe-tipe kamar yang lain dan tipe kamar ini sedikit sekali jumlahnya. Fasilitas-fasilitas yang disediakan di kamar pun tidak lengkap, seperti biasanya tidak

disediakan televisi dan bar mini atau lemari es, hanya ada air conditioner (AC) dan air panas untuk mandi.. Jumlah tipe kamar economy di hotel Surya Indah ada sebanyak 1

Daftar harga sewa kamar permalam untuk tiap-tiap tipe berbeda beda, yaitu:

- Executive :Rp 120000
- Deluxe :Rp 80000
- Superior :Rp 70000
- Standard :Rp 65000
- Economy :Rp 60000

Selain itu hotel Surya juga menyediakan sewa tempat tidur tambahan (extra mattres) dengan harga persatuan : Rp 17500 permalam

Daftar harga-harga yang telah disebutkan di atas sudah termasuk pajak, pelayanan dan breakfast (sarapan pagi). Breakfast (sarapan pagi) akan diberikan sekitar pukul 06.00-10.00 wib. Menu break fast berupa roti dan nasi goreng

Pelayanan lain yang diberikan kepada tamu hotel adalah sekitar pukul 17.00-18.00 WIB ada sajian minum kopi atau teh (tergantung permintaan tamu hotel) dan laundry (jasa pencucian pakaian tamu hotel). Para tamu yang ingin Check Out, di beri waktu sebagai berikut:

- Check In time : pk 13.00 WIB
- Check in before :pk 05.00 WIB
- Check Out :pk 13.00 WIB
- pk 13.00-18.00WIB 50% room rate

pk.18.00WIB full rate

Selain fasilitas hotel berupa kamar penginapan, hotel Surya Indah juga menyediakan fasilitas berupa ruang pertemuan (meeting room) yang ber AC.

4.1.3 Tenaga Kerja Di Hotel Surya Indah

Hotel Surya Indah mengadakan pengembangan potensi bagi para tenaga kerjanya agar dapat menghasilkan tenaga kerja yang baik dan terampil. Kegiatan-kegiatan yang di selenggarakan oleh hotel Surya Indah untuk pengembangan tenaga kerjanya meliputi kegiatan training dan seminar.

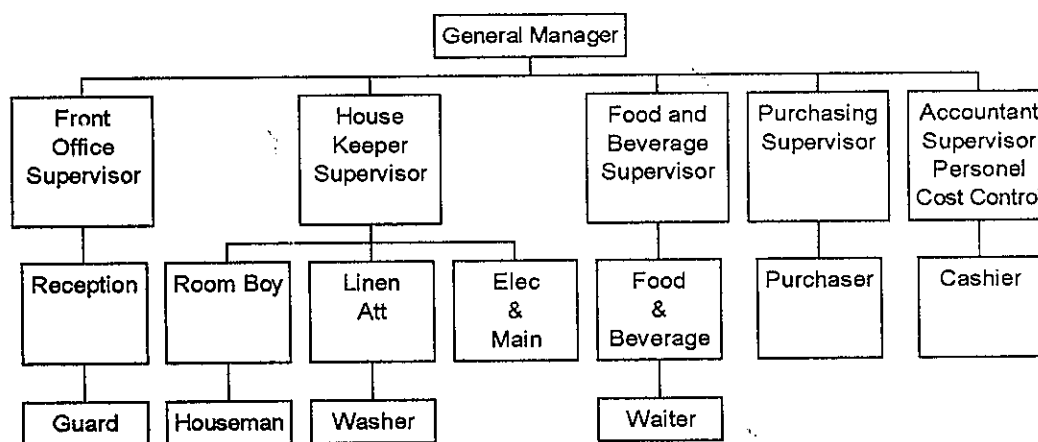
Tenaga kerja yang ada di bagian Front office Supervisor, house keeping Supervisor, food and Beverage Supervisor, purchasing supervisor, dan accounting Supervisor, harus mempunyai latar belakang pendidikan yaitu lulusan akademi atau lulusan perguruan tinggi dan mampu berbahasa inggris baik lisan maupun tulisan. Sedangkan untuk tenaga kerja pada bagian yang lain tidak di haruskan dari lulusan akademi atau perguruan tinggi tetapi harus mempunyai pengalaman kerja pada bidang sama.

4.1.4 Struktur Organisasi

Sesuai dengan bentuk perusahaan yang merupakan unit usaha, maka hotel surya Indah juga memiliki struktur organisasi sendiri dan agar dalam pelaksanaan tugasnya berjalan dengan baik maka hotel Surya Indah mengadakan pembagian fungsi dan tugas antara bagian yang satu dengan bagian yang lainnya serta mengorganisir

masing-masing bagian tersebut dalam usahanya untuk mencapai tujuan. Dalam operasinya hotel Surya Indah dipimpin oleh General manager. Dalam operasinya general manager dibantu oleh beberapa asisten manager, yang sekaligus sebagai supervisor dan bertanggung jawab atas departemennya masing-masing. Dilihat dari hubungan kerja, saluran perintah dan tanggung jawab, hotel Surya Indah menggunakan organisasi garis, sebab wewenang dan tugas mengalir dari atas ke bawah secara langsung. Begitu pula tanggung jawab bawahan, juga merupakan aliran langsung kepada atasan mereka. Gambar struktur organisasi hotel Surya Indah sebagai berikut:

Gambar 1.2
Struktur Organisasi Hotel Surya Indah Salatiga



sumber : Hotel Surya Indah Salatiga

Adapun tugas dan tanggung jawab dari masing-masing departemen atau bagian adalah sebagai berikut :

1.General Manager

Bertugas dan bertanggung jawab atas semua kegiatan hotel dan mengatur semua pekerjaan secara keseluruhan. Jabatan General Manager selain sebagai pemimpin dan pengendali operasional perusahaan secara keseluruhan juga sebagai penentu kebijaksanaan perusahaan.

2.Front Office Supervisor

Bertanggung jawab atas pengawasan operasi dan administrasi di bagian front office dan mengadakan hubungan baik terhadap operasional maupun tugas dari semua staff.

3.Reception

a. Bertugas menerima pesan kamar baik yang datang langsung maupun yang melalui surat/telepon/fax.

b. Menentukan dan meneliti pemesanan kamar baik secara individu maupun group.

4.Guard

Bertanggung jawab atas pengamanan hotel dan mengawasi absensi para karyawan hotel.

5.House keeper Supervisor

a. Bertugas :

(1) Menyusun program room renovation/renovasi kamar dan general cleaning, melakukan perubahan room interior serta pengaturan jadwal kerja khusus house keeper.

(2) Memonitor masalah produktifitas kerja dan merumuskan rekomendasi pengembangan personel House keeping Departement.

b. Bertanggung jawab atas :

- (1) mutu pekerjaan di House Keeping dan Laundry.
- (2) peralatan House Keeping dan Laundry.
- (3) ketetapan dan kebenaran pengeluaran untuk direct purchase.

6. Room Boy

Bertugas:

- (1) melakukan aktifitas pembersihan ,perawatan dan penataankamar hotel serta melengkapi guest supplies dan mini bar.
- (2) Melayani permintaan dan kebutuhan tamu berupa kebutuhan tamu berupa guest supplies ,penyediaan makanan dan minuman serta mengantar breakfast(sarapan pagi)
- (3) Melakukan pengecekan dan pembersihan kamar check out baik mengenai kelengkapan kamar maupun kemungkinan adanya barang tamu yang tertinggal .
- (4) Mengecek kebersihan dan kelengkapan kamar yang kosong.
- (5) Melaporkan kepada house keeper jika ada kerusakan di kamar hotel.

7. House man

Bertugas membersihkan koridor,hotel office serta merawat kebersihan dan keindahan taman hotel .

8. Linen attendant

a. Bertugas :

- (1) menerima telepon dari kamar hotel untuk melayani tamu yang ingin mencucikan dan menyetrika .
- (2) mengambil cucian tamu,memeriksa dan membuat tagihan cucian

tamu hotel.

- (3) Menyerahkan cucian tamu kepada washer untuk dicuci dan menyerahkan tagihan cucian kepada laundry untuk pengecekan ulang
- (4) Memeriksa cucian yang telah selesai dicuci

9.Washer

Bertugas:

- (1) Mencuci linen hotel dan pakaian-pakaian tamu hotel.
- (2) Memeriksa kecocokan jenis dan jumlah cucian dengan daftar cucian tamu hotel yang diterima dari laundry.
- (3) Mengeringkan dan menyetrika serta menata hasil setrikaan linen hotel dan pakaian-pakaian tamu hotel.

10.Electric and Maintenance

Bertugas melaksanakan pengecekan terhadap pemakaian energi listrik dan perbaikan-perbaikan kerusakan listrik.

11.Food and beverage Supervisor

a.Bertugas :

- (1) Memonitor pelaksanaan kerja dapur hotel.
- (2) Membuat laporan mengenai kebutuhan dan pengeluaran bahan makanan dan minuman dari dapur hotel.
- (3) Mengecek tagihan makanan dan minuman .
- (4) mengecek makanan dan minuman beserta kelengkapan peralatan makannya.

b.Bertanggung jawab atas:

- (1) mutu makanan dan minuman yang disajikan kepada tamu hotel

- (2) Kelancaran operasional dapur hotel.
- (3) Pencatatan tagihan makanan dan minuman tamu hotel.

12. Food and beverage

a. Bertugas melaksanakan pengelolaan makanan serta mengawasi kebersihan dapur hotel.

b. Bertanggung jawab atas:

- (1) Penyusunan menu, mengatur, menyajikan makanan dan minuman
- (2) penyimpanan barang-barang yang berhubungan dengan makanan
- (3) Penyusunan rencana anggaran dapur

13. Waiter

a. Bertugas:

- (1) Menerima telepon dari kamar hotel untuk melayani tamu yang memesan makanan dan minuman .
- (2) Menyiapkan pesanan makanan dan minuman serta membuatkan tagihannya.

b. Bertanggung jawab melayani tamu dalam hal makan dan minum serta dalam hal menservis tamu.

14. Purchasing Supervisor

Bertanggung jawab atas pengaturan jalannya purchase order dan mengkoordinir pesanan-pesanan barang dari semua departemen.

15. Purchaser

Bertugas :

- (1) Melakukan penelitian situasi harga barang di pasaran.
- (2) Membuat dokumen kontrak pengadaan barang kepada pemasok barang

(3)Melakukan pengawasan terhadap jalannya pengadaan barang .

(4)Menyusun laporan dokumentasi pengadaan barang .

16.Accounting Supervisor Personel Cost Control

Bertugas :

(1) Mempelajari catatan-catatan keuangan di hotel agar dengan demikian ia dapat memberikan penilaian tentang laba /rugi.

(2)Menangani pengeluaran uang untuk kebutuhan hotel yang rutin dengan dasar mendapat perintah dari general manager.

17.Cashier

Bertugas:

(1) Melaksanakan penerimaan dan pengumpulan uang tunai serta pembayaran untuk keperluan pengadaan kebutuhan hotel.

(2)Membuat buku bank

(3)Melakukan penyimpanan dokumen-dokumen yang penting dengan baik.

(4)Membuat dan melaporkan jurnal

BAB V

PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini akan dibahas tentang hasil penelitian. Hasil penelitian ini dimulai dari pengolahan data yang diperoleh di lapangan yang dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner, wawancara maupun observasi. Data tersebut dianalisa dan diuji dengan metode statistik (program statistik SPSS Ver. 7.5).

5.1 Gambaran Umum Responden

Berdasarkan data yang didapat dari kuesioner yang dibagikan kepada 100 orang responden atau tamu hotel dapatlah diketahui gambaran umum tamu sebagai berikut :

a. Kelompok responden berdasarkan tingkat usia dan jenis kelamin responden

Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa tamu yang menginap di Hotel Surya Indah Salatiga sebagian besar adalah tamu laki-laki (79%) dan lainnya adalah perempuan (21%). Ditinjau dari umurnya prosentase terbesar (30%) adalah tamu yang berusia antara 35 – 39 tahun, selebihnya bervariasi seperti terlihat dalam Tabel 5.1.

TABEL 5.1
TINGKAT USIA DAN JENIS KELAMIN RESPONDEN

Umur (tahun)	Jenis Kelamin		Jumlah	%
	Laki-laki	Perempuan		
< 25	5	-	5	5%
25 - 29	15	-	15	15%
30 - 34	10	2	12	12%
34 - 39	22	8	30	30%
40 - 44	12	5	17	17%
45 - 49	10	3	13	13%
> 49	5	3	8	8%
Total	79	21	100	100%

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2000.

- b. Kelompok responden berdasarkan jenis pekerjaan dan status perkawinan responden

Ditinjau dari jenis pekerjaannya tamu yang menginap di Hotel Surya Indah Salatiga sebagian besar adalah pegawai swasta dan pengusaha yaitu masing-masing 35%, lainnya yaitu 10% sebagai pensiunan, dan sisanya 3% mahasiswa. Sedangkan ditinjau dari status perkawinannya sebagian besar tamu (70%) sudah menikah sedangkan yang 30% lainnya belum menikah.

TABEL 5.2
JENIS PEKERJAAN DAN STATUS PERKAWINAN

Pekerjaan	Status Perkawinan		Jumlah	%
	Menikah	Belum Menikah		
Peg. Swasta	15	20	35	35%
Pensiunan	10	-	10	10%
Peg. Negeri	17	-	17	17%
Pedagang	28	7	35	35%
Mahasiswa		3	3	3%
Total	70	30	100	100%

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2000.

TABEL 5.4
TUJUAN DAN KEPENTINGAN RESPONDEN

Tujuan	Jumlah	%
Wisata/rekreasi	40	40%
Urusan Pekerjaan	30	30%
Transit	20	20%
Seminar	5	5%
Urusan Lain	5	5%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2000.

e. Kelompok responden berdasarkan Tingkat Penghasilan

Ditinjau dari beragamnya pekerjaan para tamu, maka tingkat penghasilannya berbeda pula. Tingkat penghasilan tamu berdasarkan pendapatan perbulan yang diterima oleh responden yang sudah bekerja, sedangkan bagi yang belum bekerja penghasilannya berupa uang saku perbulan. Dari Tabel 4.5 dapat dilihat bahwa tingkat penghasilan tamu terbanyak (37%) berkisar antara Rp. 1.000.000 – Rp. 1.250.000, prosentase kedua terbesar yaitu 27% pada kelompok dengan penghasilan sebesar Rp. 750.000 – Rp. 999.000. Selanjutnya berturut-turut 15% berpenghasilan Rp. 1.250.000 – Rp. 1.499.000, 11% berpenghasilan kurang dari Rp. 750.000 dan sisanya 9% berpenghasilan diatas Rp. 1.500.000. Berikut ini tabel pengelompokan responden berdasarkan jenis pekerjaan dan penghasilannya perbulan.

TABEL 5.5
JENIS PEKERJAAN DAN PENGHASILAN RESPONDEN

Penghasilan (dalam ribuan rupiah)	Jenis Pekerjaan					Jumlah	%
	Peg. Swasta	Pensiunan	Peg. Negeri	Pengusaha	Mahasiswa		
< 750	3	-	5	-	3	11	11%
750 – 999	12	2	2	11	-	27	27%
1.000 - 1.249	12	3	10	13	-	37	37%
1.250 - 1.499	5	2	-	8	-	15	15%
> 1.500	3	3	-	3	-	9	9%
Total	35	10	17	35	3	100	100%

Sumber : Data Primer yang telah diolah, 2000.

5.2 Analisis Faktor-faktor Yang Berpengaruh Terhadap Minat Pembelian

Ulang Jasa Penginapan Hotel Surya Indah Salatiga

Untuk menganalisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian jasa akomodasi dipergunakan alat analisis regresi berganda. Dari hasil perhitungan data diperoleh persamaan garis regresi sebagai berikut :

$$Y = 8,991 + 0,239X_1 + 0,139X_2 + 0,180X_3$$

Dari persamaan garis regresi tersebut di atas dapat diterangkan sebagai berikut :

- Nilai tetap Y (a) sebesar 8,991 mempunyai arti bahwa bila nilai koefisien variabel penilaian pelayanan (x1), fasilitas (x2) dan tarif/harga (x3) sama dengan nol maka nilai minat pembelian ulang jasa penginapan (Y) sama dengan 8,991.
- Nilai koefisien variabel penilaian pelayanan (x1) sebesar 0,239 mempunyai arti bahwa setiap perubahan variabel penilaian pelayanan (x1) sebesar satu satuan dengan asumsi nilai penilaian fasilitas (x2) dan tarif/harga (x3) tetap, akan diimbangi dengan perubahan variabel minat pembelian ulang (Y) sebesar 0,239. Karena nilai koefisien variabel x1 positif, maka setiap kenaikan atau penurunan nilai variabel penilaian pelayanan sebesar satu satuan akan diimbangi dengan kenaikan atau penurunan variabel minat pembelian ulang sebesar 0,239.
- Nilai koefisien variabel penilaian fasilitas (x2) sebesar 0,139 mempunyai arti bahwa setiap perubahan variabel penilaian fasilitas (x2) sebesar satu satuan dengan asumsi nilai penilaian pelayanan (x1) dan tarif/harga (x3) tetap, akan

diimbangi dengan perubahan variabel minat pembelian ulang (Y) sebesar 0,139. Karena nilai koefisien variabel x_2 positif, maka setiap kenaikan atau penurunan nilai variabel penilaian fasilitas sebesar satu satuan akan diimbangi dengan kenaikan atau penurunan variabel minat pembelian ulang sebesar 0,139.

- Nilai koefisien variabel penilaian tarif/harga (x_3) sebesar 0,180 mempunyai arti bahwa setiap perubahan variabel penilaian tarif/harga (x_3) sebesar satu satuan dengan asumsi nilai penilaian pelayanan (x_1) dan fasilitas (x_2) tetap, akan diimbangi dengan perubahan variabel minat pembelian ulang (Y) sebesar 0,180. Karena nilai koefisien variabel x_3 positif, maka setiap kenaikan atau penurunan nilai variabel penilaian tarif/harga sebesar satu satuan akan diimbangi dengan kenaikan atau penurunan variabel keputusan pembelian sebesar 0,180.

5.3 Pengaruh Penilaian Pelayanan Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Penginapan Hotel Surya Indah Salatiga

Untuk mengetahui adanya pengaruh penilaian pelayanan terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan hotel digunakan uji t, dengan kriteria pengujian :

- Menentukan Hipotesis :

H_0 : Tidak ada pengaruh yang berarti antara penilaian pelayanan terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan pada Hotel Surya Indah Salatiga

H_1 : Ada pengaruh yang berarti antara penilaian pelayanan terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan pada Hotel Surya Indah Salatiga

- Taraf nyata yang dipergunakan adalah $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $(n-k-1) = (100-3-1) = 96$ sehingga didapatkan nilai t-tabel sebesar 1,9850
- Standart pengujiannya :
 - Ho diterima dan H1 ditolak apabila t hitung $<$ t tabel
 - Ho ditolak dan H1 diterima apabila t hitung $>$ t tabel
- Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Ver. 7.5 didapatkan hasil t hitung adalah 5,810 (lihat Lampiran printout SPSS)
- Karena t hitung $>$ t tabel maka Ho ditolak dan H1 diterima artinya bahwa penilaian pelayanan mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat pembelian ulang, dengan asumsi penilaian fasilitas dan tarif dianggap tetap.

Tamu menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel dari hal-hal antara lain penampilan dan sikap petugas, keramahan dan kesopanannya, kecekatan dan ketrampilannya dalam melayani, kemampuannya dalam menjalankan tugas serta perhatiannya dalam menanggapi adanya keluhan atau permintaan.

Penampilan dan sikap petugas adalah hal yang pertama yang ditemui oleh seorang tamu yang datang ke suatu hotel. Oleh sebab itu penampilan dan sikap yang baik dari petugas hotel terutama petugas di bagian front office harus tetap terjaga, karena mereka mewakili seluruh hotel. Penampilan dan sikap yang baik dalam melayani akan dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi tamu. Ditinjau dari penilaian responden terhadap penampilan dan sikap para karyawan dalam menjalankan tugas dapat diketahui sebagian besar responden (47%) berpendapat penampilan dan sikap

petugas hotel baik. Sedangkan yang berpendapat cukup baik ada 41% sisanya sebanyak 12% berpendapat kurang baik.

Dalam melayani tamu seorang petugas juga dituntut untuk selalu ramah dan sopan. Kedua sifat ini dapat tercermin dari raut muka yang selalu berusaha untuk tetap tersenyum, sapaan yang ramah dan bersahabat tetapi senantiasa masih tetap memperhatikan adat kesopanan orang timur. Dilihat dari penilaian responden terhadap hal ini sebagian besar 52% menyatakan baik, yang menilai cukup baik ada 34%. Sedangkan sisanya menyatakan bahwa keramahan dan kesopanan petugas masih kurang baik ada 14%.

Petugas hotel juga senantiasa harus cekatan dan terampil dalam melayani tamunya, karena tamu pada umumnya ingin selalu dilayani dengan cepat dan tepat sesuai pesannya. Pendapat responden terhadap kecekatan dan ketrampilan petugas dalam melayani sebagian besar (51%) mengatakan baik. Sedangkan yang berpendapat cukup baik sebanyak 35%, yang berpendapat kurang baik 14%.

Dalam menjalankan tugasnya seorang petugas hotel harus benar-benar mampu dan menguasai betul apa yang menjadi tugas dan tanggung jawab walau sekecil apapun dan seringnya apapun pekerjaan tersebut, karena ini sudah menjadi tuntutan profesionalisme. Penilaian ini sudah menjadi kemampuan para karyawan hotel dalam menguasai dan menjalankan tugas hanya 38% berpendapat baik. Sebagian besar (53%) berpendapat cukup baik dan 9% menilai kurang baik.

Salah satu kebutuhan manusia adalah ingin diperhatikan terutama bila ada keluhan, oleh karena itu seorang petugas hotel senantiasa harus tanggap bila ada tamu yang merasa tidak puas atau mengeluh dengan pelayanan yang diberikan. Penilaian tentang perhatian dan atensi para petugas bila ada keluhan menurut responden sebagian besar (47%) mengatakan baik. Sedangkan yang berpendapat cukup baik ada 34% lainnya sebanyak 19% menilai kurang baik.

Dengan melihat prosentase-prosentase pendapat tamu hotel mengenai penilaian kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Surya Indah Salatiga, bagian terbesar tamu memberikan skor jawaban yang tinggi dari setiap pertanyaan yang diajukan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan pelayanan yang baik dari para petugas Hotel Surya Indah Salatiga, maka tamu memutuskan minat membeli ulang jasa penginapan hotel tersebut.

5.4 Pengaruh Penilaian Fasilitas Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Penginapan pada Hotel Surya Indah Salatiga

H1 : Ada pengaruh yang berarti antara penilaian fasilitas terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan pada Hotel Surya Indah Salatiga

- Taraf nyata yang dipergunakan adalah $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan $n (df) = (n-k-1) = (100-3-1) = 96$ sehingga didapatkan nilai t-tabel sebesar 1,9850
- Standart pengujianya :

Ho diterima dan H1 ditolak apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$

Ho ditolak dan H1 diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$

- Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Ver. 7.5 didapatkan hasil $t \text{ hitung}$ adalah 4,599 (lihat Lampiran printout SPSS)
- Karena $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka Ho ditolak dan H1 diterima artinya bahwa penilaian fasilitas mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat pembelian ulang, dengan asumsi penilaian pelayanan dan tarif dianggap tetap.

Tamu menilai kualitas fasilitas hotel dari segi keadaan bangunan hotel secara keseluruhan, kelengkapan fasilitas kamarnya, kebersihan dan kerapian kamar, kondisi kebaikan fasilitas kamar serta kemudahan dalam menggunakan fasilitas tambahan.

Kondisi fisik hotel yang menarik dan baik (tidak rusak) apalagi yang terlihat dari luar berpengaruh terhadap penilaian tamu akan keadaan hotel secara keseluruhan. Penilaian tersebut menunjukkan sebagian besar responden (56%) mengatakan cukup menarik dan yang berpendapat menarik sekitar 32%. Sedangkan sebanyak 12% mengatakan masih kurang menarik dan sisanya 3% menyatakan tidak menarik.

Dalam setiap kamar yang disediakan oleh hotel tentu terdapat berbagai fasilitas yang berbeda-beda menurut golongan kelas masing-masing kamar. Kelengkapan fasilitas yang tersedia di kamar seharusnya sesuai dengan yang ditawarkan atau yang diinformasikan oleh pihak hotel pada para calon tamu, sebelum tamu tersebut memutuskan untuk menyewai menggunakan jasa akomodasi hotel

tersebut. Bila tamu menjumpai apa yang seharusnya tersedia di kamar tetapi ternyata tidak ada maka konsumen tentu akan merasa kecewa karena merasa ditipu.

Pendapat mengenai kelengkapan fasilitas kamar yang disediakan Hotel Surya Indah Salatiga menurut sebagian besar responden (40%) mengatakan lengkap sedangkan yang berpendapat cukup lengkap ada 38% sebagian lagi 17% mengatakan kurang lengkap dan sisanya sebanyak 5% mengatakan tidak lengkap.

Kamar adalah fasilitas utama yang disediakan oleh hotel. Agar tamu merasa nyaman tinggal di kamar yang dipesan maka keadaan kamar beserta isinya baik itu tempat tidur, kamar mandi, WC dan kelengkapan lainnya yang ada di kamar tersebut harus terpelihara kebershannya dan kerapihannya. Penilaian tentang kebersihan dan kerapihan yang dipakai menurut sebagian besar responden (51%) mengatakan cukup bersih, 36% menyatakan bersih dan rapi, sisanya 11% menyatakan kurang bersih dan rapi.

Perlengkapan-perlengkapan yang memang disediakan di dalam kamar kondisinya harus tetap terjaga dan terpelihara dengan baik sesuai dengan fungsinya masing-masing. Penilaian responden terhadap keadaan perlengkapan yang tersedia di kamar menurut sebagian besar responden (49%) berfungsi dengan baik. Kemudian yang berpendapat cukup baik sebesar 31% sedangkan yang menilai kurang baik ada 11% dan sisanya 2% menyatakan tidak baik.

Seperti telah dijelaskan sebelumnya bahwa fasilitas-fasilitas perlengkapan yang tersedia di masing-masing kamar di luar yang disediakan di kamar tentu

mebutuhkan kemudahan untuk mendapatkan dan menikmatinya. Oleh sebab itu pihak hotel harus selalu tanggap dan siap sedia apabila ada permintaan-permintaan fasilitas tambahan dari konsumen. Penilaian responden mengenai kemudahan dalam menggunakan fasilitas yang tidak disediakan di kamar menurut pendapat terbanyak yaitu 56% adalah mudah. Sedangkan pendapat kedua yang menyatakan cukup mudah sebanyak 31%, yang menyatakan kurang mudah sebanyak 11% dan sisanya 2% menyatakan tidak mudah.

Dilihat dari prosentase-prosentase pendapat tamu mengenai penilaian kualitas fasilitas yang disediakan oleh Hotel Surya Indah Salatiga tamu umumnya memberi skor jawaban penilaian yang tinggi dari setiap pertanyaan yang diajukan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa salah satunya karena pengaruh pertimbangan faktor fasilitas yang baik dari Hotel Surya Indah Salatiga ini, maka tamu memutuskan minat membeli ulang jasa penginapan di hotel tersebut.

Hal ini membuat tamu merasa seperti berada di rumah sendiri dan betah yang akhirnya berpengaruh pula terhadap tingkat kepuasan merreka, yang ditunjukkan dari pembelian ulang atau menginap kembali bila datang kembali ke kota Salatiga.

5.5 Pengaruh Penilaian Tarif/Harga Sewa Terhadap Minat Pembelian Ulang Jasa Penginapan Hotel Surya Indah Salatiga

Untuk mengetahui adanya pengaruh penilaian tarif/harga sewa terhadap minat pembelian ulang jasa hotel digunakan uji t dengan kriteria pengujian :

- Menentukan hipotesis :

Ho : Tidak ada pengaruh yang berarti antara penilaian tarif/harga sewa terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan pada Hotel Surya Indah Salatiga

H1 : Ada pengaruh yang berarti antara penilaian tarif/harga sewa terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan pada Hotel Surya Indah Salatiga

- Taraf nyata yang dipergunakan adalah $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) = $(n-k-1) = (100-3-1) = 96$ sehingga didapatkan nilai t-tabel sebesar 1,9850
- Standart pengujiannya :

Ho diterima dan H1 ditolak apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$

Ho ditolak dan H1 diteriam apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$

- Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Ver. 7.5 didapatkan hasil t hitung adalah 3,734 (lihat Lampiran printout SPSS)
- Karena $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka Ho ditolak dan H1 diterima artinya bahwa penilaian tarif/harga sewa mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan, dengan asumsi penilaian pelayanan dan fasilitas dianggap tetap.

UPT-PUSTAK-UNDIP

Tamu menilai kualitas harga yang ditetapkan oleh pihak hotel dari segi kesesuaian harga tersebut dengan fasilitas dan pelayanan yang diberikan, menarik tidaknya harga yang ditetapkan, kondisi harga bila dibandingkan dengan hotel lain yang setaraf, serta menarik tidaknya harga-harga spesial yang ditawarkan. Dalam usaha perhotelanpun demikian juga, tamu hotel masing-masing juga punya penilaian tersendiri mengenai kebijaksanaan harga yang ditetapkan oleh pihak hotel.

Menurut pendapat responden mengenai tarif/harga yang ditetapkan oleh pihak hotel sebagian besar (46%) mengatakan menarik. Sedangkan yang berpendapat cukup menarik ada 40%, lainnya sebanyak 14% mengatakan kurang menarik.

Kebijaksanaan harga yang ditentukan oleh pihak hotel sedapat mungkin haruslah sepadan dengan barang atau jasa yang ditawarkan. Pada Hotel Surya Indah Salatiga produk yang ditawarkan adalah berupa kamar yang disewakan, jadi tarif/harga yang ditetapkan harus dipertimbangkan kesesuaiannya dengan kondisi fasilitas yang tersedia dalam tiap-tiap kamar.

Penilaian tentang kesesuaian tarif/harga dengan paket fasilitas yang disediakan sebagian besar responden (48%) mengatakan sesuai. Sedangkan pendapat yang mengatakan cukup sesuai ada 41%, sisanya yaitu 11% mengatakan kurang sesuai.

Selain harus sesuai dengan apa yang ditawarkan kebijaksanaan mengenai tarif/harga juga diseduaikan dengan segala bentuk pelayanan yang akan diberikan oleh pihak hotel kepada para tamunya. Penilaian mengenai kesesuaian tari/harga

dengan pelayanan yang diberikan menurut sebagian besar responden (52%) mengatakan cukup sesuai, sedang yang mengatakan sesuai ada 36% dan sisanya yaitu 12% mengatakan kurang sesuai.

Penetapan tarif/harga yang ditetapkan oleh pihak hotel umumnya sudah menganut standarisasi yang disesuaikan dengan kelas atau golongan hotelnya. Namun demikian tetap ada perbedaan harga walau tidak terlalu mencolok di antara hotel sekelas yang satu dengan yang lainnya. Penilaian responden tentang perbedaan harga yang ditetapkan bila dibandingkan dengan hotel lain, sebagian besar responden (44%) berpendapat lebih murah dibandingkan dengan hotel lain yang sejenis. Sedangkan yang mengatakan sama ada 36% dan yang menyatakan lebih mahal ada 20%.

Untuk dapat menarik para tamu agar mau menginap hotelnya, pihak Hotel Surya Indah Salatiga terkadang harus menerapkan strategi kebijaksanaan tarif/harga yang sifatnya hanya sementara sesuai dengan kebutuhan, yaitu misalnya dengan memberikan tarif/harga spesial di waktu-waktu tertentu. Penilaian tentang tarif/harga tersebut menurut sebagian besar responden (54%) mengatakan menarik. Pendapat yang mengatakan cukup menarik sebanyak 40% dan sisanya yaitu 6% mengatakan kurang menarik.

Dilihat dari prosentase-porsentase pendapat tamu mengenai penilaian tarif/harga yang ditetapkan oleh pihak Hotel Surya Indah Salatiga sebagian besar tamu memberika skor jawaban penilaian yang tinggi dari setiap pertanyaan yang

diajukan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan penilaian tarif/harga yang bersaing yang ditetapkan oleh pihak Hotel Surya Indah Salatiga maka tamu memutuskan membeli jasa akomodasi di hotel tersebut.

Hal ini terjadi karena tamu dapat memastikan bahwa tarif/harga yang ditawarkan oleh pihak Hotel Surya Indah Salatiga adalah tarif/harga yang tepat, tidak mahal dan mungkin dianggap lebih murah atau sepadan dengan mutu prouk dan jasa yang diberikan, jadi tamu merasa puas. Pengaruh tersebut adalah semakin tingginya penilaian konsumen terhadap harga akan semakin tinggi pula frekuensi pembeliannya, yaitu dengan lebih sering menginap di hotel tersebut. Pada akhirnya menjadi pelanggan setia dari hotel tersebut apabila mereka datang lagi ke kota tersebut.

5.6 Pengaruh Penilaian Pelayanan, Fasilitas dan Tarif/Harga Sewa Terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan pada Hotel Surya Indah Salatiga

Selanjutnya untuk mengetahui adanya pengaruh penilaian pelayanan, fasilitas dan tarif/harga sewa terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan pada hotel Surya Indah Salatiga digunakan uji F dengan kriteria pengujian :

- Menentukan hipotesis :

Ho : Tidak ada pengaruh yang berarti antara penilaian pelayanan, fasilitas dan tarif/harga sewa secara bersama-sama terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan pada hotel Surya Indah Salatiga

H1 : Ada pengaruh yang berarti antara penilaian pelayanan, fasilitas dan tarif/harga sewa secara bersama-sama terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan pada hotel Surya Indah Salatiga

- Standart pengujiannya :

Ho diterima dan H1 ditolak apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$

Ho ditolak dan H1 diterima apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$

- Taraf nyata yang dipergunakan adalah $\alpha = 5\%$ dengan derajat kebebasan (df) numeratornya = $(4-1) = 3$ dan df denumeratornya = $(100 - 4) = 96$ sehingga didapatkan nilai F-tabel sebesar 2,6994
- Setelah dilakukan perhitungan dengan menggunakan program SPSS Ver. 7.5 didapatkan hasil F hitung adalah 53,612 dengan tingkat signifikansi 0,0000. Karena probabilitas (0,0000) jauh lebih kecil dari 0,05 maka model regresi yang diajukan dapat dipakai untuk memprediksikan penelitian ini (lihat Lampiran printout SPSS)
- Karena $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka Ho ditolak dan H1 diterima artinya bahwa penilaian pelayanan, fasilitas dan penilaian tarif/harga sewa secara bersama-sama

mempunyai pengaruh yang berarti terhadap minat pembelian pembelian ulang jasa penginapan pada hotel Surya Indah Salatiga

Prosentase perubahan keputusan pembelian jasa akomodasi yang disebabkan oleh ketiga faktor tersebut dapat dilihat dari nilai koefisien determinasi (R^2) yaitu sebesar 0,791, hal ini menunjukkan bahwa 79,1% perubahan minat pembelian jasa penginapan. Akomodasi disebabkan oleh faktor penilaian pelayanan, fasilitas dan tarif/harga secara bersama-sama sedangkan 21,9% lainnya disebabkan oleh faktor lain yang tidak ikut diteliti.

5.7 Pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik

Hasil analisis regresi tersebut diatas perlu diuji atau dideteksi kemungkinan adanya indikator penyimpangan asumsi klasik yaitu multikolinieritas dan autokorelasi.

1. Multikolinieritas

Hasil regresi tidak terdapat indikator penyimpangan asumsi klasik dalam hal multikolinieritas (lihat lampiran printout SPSS)

Hasil analisis dari regresi :

- model tidak merupakan model berpangkat
- 3 variabel independen (X_1 , X_2 , X_3) seluruhnya signifikan
- Harga R^2 (koefisien determinasi) relatif tinggi yaitu 79,1%

2. Autokorelasi

Deteksi indikator penyimpangan asumsi klasik dalam hal ini autokorelasi dapat diuji dengan Uji Durbin Watson.

Hasil analisis

regresi didapatkan $\alpha = 5\%$, jumlah variabel independen = 3 dan banyaknya data 100, hasil Durbin Watson test (hitung) adalah 2,154

Harga DW tabel :

- dL (batas dalam) = 1,48
- dU (batas luar) = 1,60

Dari hasil perhitungan disimpulkan bahwa tidak terdapat adanya indikator autokorelasi. Hal ini dapat dilihat pada letak atau posisi DW hitung sebagai berikut :

Autokorelasi positif	Uji dL	Tidak ada autokorelasi	Uji dU	Autokorelasi negatif
	dL	2	4-dU	4-dL
	1,48	2,154	2,4	2,52

Dari hasil pengujian terhadap penyimpangan asumsi klasik tidak didapatkan adanya indikaot penyimpangan autokorelasi, maka dapat disimpulkan bahwa model tersebut memenuhi syarat asumsi klasik untuk regresi.

5.8 Analisis Koefisien Korelasi Parsial

Analisis koefisien korelasi parsial dimaksudkan untuk mengetahui besarnya korelasi (hubungan) antara variabel dependent dengan variabel independent dengan menganggap variabel yang lainnya tetap. Dari hasil regresi seperti pada lampiran printout SPSS dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Faktor pelayanan (X_1)

Koefisien korelasi antara pelayanan dengan minat pembelian ulang jasa penginapan . Akomodasi hotel (Y) dengan menganggap faktor yang lainnya tetap adalah sebesar 0,693 dan signifikan pada derajat keyakinan 95%. Artinya terdapat hubungan individu yang kuat antara faktor pelayanan dengan keputusan pembelian jasa akomodasi hotel.

2. Faktor fasilitas (X_2)

Koefisien korelasi antara fasilitas dengan keputusan pembelian jasa akomodasi hotel (Y) dengan menganggap faktor yang lainnya tetap adalah sebesar 0,613 dan signifikan pada derajat keyakinan 95%. Artinya terdapat hubungan individu yang kuat antara faktor fasilitas dengan minat pembelian ulang jasa penginapan hotel.

3. Faktor tarif/harga (X_3)

Koefisien korelasi antara tarif/harga dengan minat pembelian ulang jasa penginapan hotel (Y) dengan menganggap faktor yang lainnya tetap adalah sebesar 0,467 dan signifikan pada derajat keyakinan 95%. Artinya terdapat

hubungan individu yang kuat antara faktor tarif/harga dengan minat pembelian ulang jasa penginapan.

5.9 Implikasi Manajerial

Implikasi manajerial yang dapat dikemukakan disini adalah secara keseluruhan dapat dijelaskan bahwa variabel dalam penelitian (faktor pelayanan, fasilitas dan tarif/harga) berpengaruh terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan. Pengusaha pada dasarnya haruslah memperhatikan ketiga faktor tersebut apabila ingin agar usahanya dalam menyediakan jasa akomodasi hotel tetap dapat bagian terbesar bertahan dan berkembang. Tanpa memperhatikan ketiga hal tersebut maka upaya dalam mengembangkan usaha akan terhambat dan akan kalah bersaing dengan pihak pesaing.

Dengan melihat pendapat tamu hotel mengenai penilaian kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Surya Indah Salatiga, bagian terbesar tamu memberikan skor jawaban yang tinggi dari setiap pertanyaan yang diajukan yang berarti bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan pelayanan yang baik dari para petugas hotel Surya Indah Salatiga, maka tamu memutuskan untuk minat melakukan pembelian ulang jasa pelayanan hotel tersebut. Disini pihak hotel mendapatkan suatu gambaran bahwa apa yang menjadi pertimbangan tamu salah satunya adalah pelayanan. Apabila pelayanan yang diberikan oleh pihak hotel baik, maka akan

membuat tamu memutuskan menginap di hotel tersebut lagi apabila singgah atau bermalam di kota Salatiga.

Demikian juga dengan penilaian tamu mengenai kualitas fasilitas hotel dari segi keadaan bangunan hotel secara keseluruhan , kelengkapan fasilitas kamarnya, kebersihan dan kerapian kamar, kondisi kebaikan fasilitas kamar serta kemudahan dalam menggunakan fasilitas tambahan.

Kondisi fisik hotel yang menarik dan baik (tidak rusak) berpengaruh terhadap penilaian tamu akan keadaan hotel secara keseluruhan . Kamar adalah fasilitas utama yang disediakan oleh hotel ,agar tamu merasa nyaman tinggal di kamar yang di pesan maka keadaan kamar beserta isinya baik itu tempat tidur ,kamar mandi, WC dan kelengkapan lainnya yang ada di kamar tersebut harus terpelihara kebersihannya dan kerapiannya. Perlengkapan-perengkapan yang memang disediakan didalam kamar kondisinya harus tetap terjaga dan terpelihara dengan baik sesuai dengan fungsinya masing-masing.

Dilihat dari pendapat tamu mengenai penilaian kualitas fasilitas yang disediakan oleh Hotel Surya Indah Salatiga tamu umumnya memberi penilaian yang tinggi dari setiap pertanyaan yang diajukan. Hal ini membuat tamu merasa seperti berada dirumah sendiri dan betah yang akhirnya berpengaruh pula terhadap tingkat kepuasan mereka , yang ditunjukkan dari pembelian ulang atau menginap kembali di Hotel Surya Indah bila datang kembali ke kota Salatiga.

Dengan melihat prosentase-prosentase pendapat tamu hotel mengenai penilaian kualitas pelayanan yang diberikan oleh Hotel Surya Indah Salatiga, bagian terbesar tamu memberikan skor jawaban yang tinggi dari setiap pertanyaan yang diajukan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan pelayanan yang baik dari para petugas Hotel Surya Indah Salatiga, maka tamu memutuskan untuk minat melakukan pembelian ulang jasa penginapan tersebut. Dalam usaha perhotelan, tamu hotel masing-masing juga punya penilaian tersendiri mengenai kebijaksanaan harga yang ditetapkan oleh pihak hotel.

Selain harus sesuai dengan apa yang ditawarkan kebijaksanaan mengenai Tarif / harga juga disesuaikan dengan segala bentuk pelayanan yang akan diberikan oleh pihak hotel kepada para tamunya.

Untuk dapat menarik para tamu agar mau menginap hotelnya, pihak Hotel Surya Indah Salatiga terkadang harus menerapkan strategi kebijaksanaan tarif / harga yang sifatnya hanya sementara sesuai dengan kebutuhan, yaitu misalnya dengan memberikan tarif / harga di waktu-waktu tertentu. Dilihat dari pendapat tamu mengenai penilaian tarif / harga yang ditetapkan oleh pihak Hotel Surya Indah Salatiga sebagian tamu memberikan penilaian yang tinggi dari setiap pertanyaan yang diajukan. Hal ini terjadi karena tamu dapat memastikan tarif / harga yang diberikan oleh Hotel Surya Indah Salatiga adalah tarif yang tepat, tidak mahal dan mungkin dianggap lebih murah atau sepadan dengan mutu produk dan jasa yang diberikan, jadi tamu merasa puas. Pengaruh tersebut adalah sekin tingginya penilaian konsumen

terhadap harga akan semakin tinggi pula frekuensi pembeliannya , yaitu dengan lebih sering menginap di hotel tersebut. Pada akhirnya menjadi pelanggan setia dari hotel tersebut apabila mereka datang lagi ke kota Salatiga. Untuk itu apa yang sudah dijalankan oleh pihak hotel hendaknya dapat dipertahankan dan apabila mungkin lebih ditingkatkan lagi dengan menciptakan inovasi lain yang lebih baik lagi sehingga pada akhirnya akan membuat tingkat hunian Hotel Surya Indah Salatiga semakin Tinggi.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis regresi yang telah dilakukan maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil analisis regresi variabel-variabel yang berpengaruh terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan adalah : pelayanan (X1), fasilitas (X2), dan tarif/harga (X3).
2. Variabel penelitian secara simultan dan individu berpengaruh terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan hotel yaitu sebagai berikut :
 - Faktor penilaian tamu terhadap faktor pelayanan yang diberikan pihak hotel yang ditunjukkan dengan besarnya nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabelnya yang berarti faktor tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan . Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan pelayanan yang baik dari para petugas Hotel Surya Indah Salatiga, maka tamu memutuskan minat membeli ulang jasa penginapan hotel tersebut.
 - Faktor penilaian tamu terhadap faktor fasilitas yang disediakan pihak hotel yang ditunjukkan dengan besarnya nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabelnya yang berarti faktor tersebut mempunyai pengaruh yang positif

terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan hotel. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan fasilitas yang baik dari Hotel Surya Indah Salatiga, maka tamu memutuskan minat membeli ulang jasa penginapan hotel tersebut.

- Faktor penilaian tamu terhadap faktor tarif/harga yang diberikan pihak hotel yang ditunjukkan dengan besarnya nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabelnya yang berarti faktor tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan . Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan Harga yang baik dari Hotel Surya Indah Salatiga, maka tamu memutuskan minat membeli ulang jasa penginapan hotel tersebut.
- Faktor penilaian tamu terhadap pelayanan, fasilitas dan tarif/harga (secara bersama-sama) yang diberikan pihak hotel yang ditunjukkan dengan besarnya nilai t hitung yang lebih besar dari nilai t tabelnya yang berarti faktor tersebut mempunyai pengaruh yang positif terhadap minat pembelian ulang jasa penginapan. Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa diantaranya karena pengaruh pertimbangan pelayanan, fasilitas, dan harga yang baik dari Hotel Surya Indah Salatiga, maka tamu memutuskan minat membeli ulang jasa penginapan hotel tersebut.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan hasil analisis regresi yang telah dilakukan maka dapat diajukan beberapa saran sebagai berikut :

1. Pengaruh pertimbangan pelayanan yang baik dari para petugas Hotel Surya Indah Salatiga, maka tamu memutuskan minat membeli ulang jasa penginapan hotel tersebut. Maka perlunya ditingkatkan kemampuan serta keahlian petugas dalam menjalankan tugasnya dan melayani tamu. Hal ini dapat dilihat dari lebih banyaknya jumlah prosentase tamu yang menilai cukup saja. Peningkatan kemampuan petugas ini dapat diusahakan dengan mengadakan berbagai pelatihan atau pendidikan tambahan secara rutin bagi karyawan hotel.
2. Pengaruh pertimbangan fasilitas yang baik dari Hotel Surya Indah Salatiga, maka tamu memutuskan minat membeli ulang jasa penginapan hotel tersebut. Maka perlunya ditingkatkan dari fasilitas yang disediakan hotel adalah kondisi fisik hotel secara keseluruhan dan kebersihan dan kerapian kamar yang disediakan oleh pihak hotel. Hal ini dapat dilihat dari lebih banyaknya jumlah prosentase tamu yang menilai cukup saja. Jadi pihak hotel perlu memikirkan bagaimana membuat agar kondisi fisik dari hotel yang sekarang ada bisa dikemasa agar lebih menarik lagi tanpa harus mengeluarkan biaya yang besar untuk merenovasinya. Sedangkan untuk kebersihan dan kerapian kamar perlu kiranya memperjelas dan memberikan tanggung jawab yang lebih besar kepada petugas hotel dalam menjaga dan merawat hotel terutama kamar agar tetap bersih dan rapi meskipun

tidak ditempati oleh tamu. Mengingat tamu yang datang tidak dapat ditentukan waktunya.

3. Pengaruh pertimbangan Harga yang baik dari Hotel Surya Indah Salatiga, maka tamu memutuskan minat membeli ulang jasa penginapan hotel tersebut. Maka dari faktor tarif/harga yang ditetapkan oleh pihak hotel saran yang dapat disampaikan adalah tetap mempertahankan kesesuaian antara harga dengan pelayanan dan fasilitas yang diberikan sehingga dapat membuat tamu beranggapan bahwa tarif/harga di Hotel Surya Indah Salatiga tidak mahal. Selain itu perlu juga disosialisasikan tentang adanya pemberian tarif/harga khusus pada saat-saat tertentu yang dapat merangsang tamu lainnya untuk mau menginap di Hotel Surya Indah Salatiga.

DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry (1992), *Consumer Behavior and Marketing Action*, 4th p.213 Kent publishing Company ,Boston)
- Bentler, PM and G Speckart (1979) *Models of Attitude Behavior Relations*, Psychological Review vol.86 pp 452-464
- Band William A.(1991)*Creating Value for Customers John Wiley and sons Inc.*
- Bitner, Mary Jo (1990), " *Evaluating Service Encounters : The Effects of Physical Surrounding and Employee Responses*", *Journal of Marketing*,54 (April):69-82.
- Bolton, Ruth N and James H Drew (1991)," *A Longitudinal Analysis of the Impact of Service Changes on Customer Attitudes*", *Journal of Marketing*, 55 (January):1-9.
- Bennet NB Silalahi 1989 *manajemen Rumah Sakit Lembaga Pengembangan Manajemen Indonesia Jakarta*
- Cronin, J.J and S.A Taylor (1992), " *Measuring Servis Quality : A Reexamination and extention*", *Juornal of Marketing*, July (vol.56) pp.55-68
- Damisworo (1990), " *Kota Wadh Transformasi dan Wialayah Ekologi*", *Majalah Konstruksi*,PT Trend Pembangunan.
- Fishbein, M and I Ajzen (1975), " *Belief, Attitude, Intention, Behavioral: and Introduction to Theory and research Reading*", Mass : Addition Wesley.
- Gani, A .,(1993), " *Aspek Ekonomi Pelayanan Kesehatan*",Kumpulan Makalah Kongres Persi VI,Jakarta.
- Gotlieb B Jerry, Grewal Dhuruy, Brown W Stephen (1994)," *Consumer Satisfaction and Perceived Quality : Complementary or Divergent Construct*", *Journal of apllied Psychology* vol.79 No.6 pp 875 -885.
- Gronroos,C.(1984)," *A Servis Quality Model And Its Marketing Implications*", *European Journal of Marketing*,vol.18,h.36-44.

- Harry Soesanto 1998," *Pengaruh tarif Kamar terhadap kepuasan dan minat pasien dalam pembelian ulang jasa rawa inap di rumah sakit panti rapih Yogyakarta*" *Jurnal bisnis strategi* vol 2 /thn 1/1998 hal 74.
- Howard A John and Sheth Njadishh (1969),*The teori of buying behaviour relations,Psychological Review* Vol.86 pp452-464.
- Eka Ardianto 1996 *Mengelola Nilai Konsumen Untuk Mencapai Kepuasan Konsumen* Forum Manajemen Prasetya Mulya no 64 1996 hal 11.
- Kotler Philip, 1994, *Manajemen Pemasaran* Jilid II, Jakarta ; Erlangga.
- LeBlank, G.,and Nguyen N.(1988), "*Customers' Perseptions of Service Quality in Financial Institutions*,"*International Journal of Bank Marketing*, vol 6, h.7-18.
- Lundberg, et al, *Ekonomi Pariwisata*, terjemahan Sofyan Jusuf, Jakarta : Gramedia
- Lovelock, Cristopher (1988), *Managing Services : Marketing, Operations and Human Resources*", London : Prentice Hall International,inc.
- Marzuki, 1986 *Metodologi Riset*, Yogyakarta bagian penerbitan Fakultas Ekonomi UII.
- Masri Singarimbun dan Sofyan Efendi, 1992 *Metode Penelitian survei Jakarta* ; IP3ES
- Oliver,Ricard L (1980), "*A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions*", *Journal of Marketing Research*,17 (November):pp.460-469.
- Oliver,Ricard L (1993), "*A Conceptual Model of Service Quality and Service Satisfaction: Compatible Goals,Different Concept*", pp.65-85 in advance in service Marketing and Manajemen,vol 2
- Spreng A Richard and Mackoy D Robert ,1996," *An Empirical Examination of a model Perceived Service Quaiity And Satisfaction*" *Journal of Retailing* vol.7(2) pp.201-214
- Stanton,William,(1991), "*Fundamentals of Marketing*", 8th edition NY: Mc Graw-Hill Book Company.

Sutrisno Hadi, 1992 *Metodologi Research*. Yogyakarta: Yayasan Penerbitan Fakultas Psikologi Universitas Gajahmada.

Supranto, 1995 *Statistik Teori Dan Aplikasi*, Jakarta : Erlangga

Soekadijo, 1997 *Anatomi Pariwisata*, Jakarta : Gramedia

Swastha DH Basu dan Handoko Hani 1982, *Manajemen Pemasaran Analisis Perilaku Konsumen* , Liberty Yogyakarta.

Tse, D.K and P.C Wilton (1988) , " *Models of Consumer Satisfaction Formation: An Extention*," *Journal of Marketing Research*, pp.204-212.

Woodside G Arch ,Frey L Lisa,Daly Timothy Robert (1989), " *Linking Service Qualit, Customer Satisfaction, and Behavioral Intention*", *Journal of Health Care Marketing* vol.9. no.4 (December 1989) pp.5-17.

Winarno Surakhman, 1991, *Pengantar Penelitian Ilmiah Dasar Metod Dan Teknik*, Bandung: Tarsito

Yoeti Oka A, 1996 , *Pemasaran Pariwisata* .Bandung: Angkasa

Daftar Pertanyaan

Petunjuk: Mohon isilah titik-titik di bawah ini dan pilihlah salah satu jawaban yang telah disediakan dengan memberi tanda silang (x) di muka jawaban yang anda anggap yang paling sesuai dengan keadaan anda

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Umur :.....tahun
2. Jenis kelamin :pria/wanita
3. Status marital :
 - a. belum menikah
 - b. menikah
 - c. dusda/janda
4. Pekerjaan :
 - a. pegawai negeri
 - b. pegawai swasta
 - c. pensiunan
 - d. wiraswasta
 - e. lain-lain
5. Apakah anda pernah menginap di Hotel Surya indah
 - a. pernah
 - b. belum pernah
6. Apakah anda berniat untuk menginap kembali di Hotel surya Indah Salatiga apabila anda mendapat kesempatan untuk mengunjungi kota salatiga lagi?
 - a. ya
 - b. tidak

Jika anda pernah menginap di Hotel Surya Indah Salatiga sebelumnya, silakan anda mengisi pertanyaan selanjutnya. Tetapi jika anda belum pernah menginap di Hotel Surya Indah sebelumnya, anda tidak perlu mengisi pertanyaan selanjutnya.

A. Faktor Pelayanan

1. Bagaimana penilaian Anda mengenai penampilan dan sikap para petugas Hotel dalam melayani Anda ?
 - a. Baik
 - b. Cukup Baik
 - c. Kurang Baik
 - d. Tidak Baik

2. Bagaimana penilaian anda mengenai keramahan dan kesopanan para petugas hotel dalam melayani Anda ?
 - a. Baik
 - b. Cukup Baik
 - c. Kurang Baik
 - d. Tidak Baik

3. Bagaimana penilaian Anda tentang kecekatan dan ketrampilan petugas dalam melayani Anda ?
 - a. Baik
 - b. Cukup Baik
 - c. Kurang Baik
 - d. Tidak Baik

4. Bagaimana penilaian Anda mengenai kemampuan petugas hotel dalam menguasai dan menjalankan tugasnya masing-masing ?
 - a. Baik
 - b. Cukup Baik
 - c. Kurang Baik
 - d. Tidak Baik

5. Bagaimana penilaian Anda tentang perhatian dan atensi petugas hotel dalam menanggapi bila Anda ada keluhan atau permasalahan berkenaan dengan hotel ?

- a. Baik
- b. Cukup Baik
- c. Kurang Baik
- d. Tidak Baik

B. Faktor Fasilitas

1. Bagaimana penilaian Anda tentang kondisi fisik hotel secara keseluruhan ?

- a. Menarik
- b. Cukup Menarik
- c. Kurang Menarik
- d. Tidak menarik

2. Bagaimana penilaian Anda tentang kelengkapan fasilitas kamar yang Anda tempati di hotel ?

- a. Lengkap
- b. Cukup Lengkap
- c. Kurang Lengkap
- d. Tidak Lengkap

3. Bagaimana penilaian Anda tentang kebersihan dan kerapihan kamar yang Anda tempati di hotel ?

- a. Bersih dan Rapi
- b. Cukup Bersih dan Rapi
- c. Kurang Bersih dan Rapi
- d. Tidak Bersih dan rapi

4. Bagaimana penilaian Anda tentang kondisi dan fungsi fasilitas yang ada di kamar yang Anda tempati, apakah semuanya dapat berjalan dengan baik ?

- a. Baik
- b. Cukup Baik
- c. Kurang Baik
- d. Tidak Baik

5. Bagaimana penilaian Anda tentang kemudahan dalam memakai fasilitas yang tidak disediakan di kamar anda misalnya fasilitas tambahan selimut, TV, laundry, dll ?
- a. Mudah
 - b. Cukup Mudah
 - c. Kurang Mudah
 - d. Tidak Mudah

C. Faktor Harga

1. Bagaimana penilaian Anda menarikkah harga yang ditetapkan oleh pihak hotel ?
- a. Menarik
 - b. Cukup Menarik
 - c. Kurang Menarik
 - d. Tidak menarik
2. Bagaimana penilaian Anda apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan paket fasilitas kamar yang disediakan ?
- a. Sesuai
 - b. Cukup Sesuai
 - c. Kurang Sesuai
 - d. Tidak Sesuai
3. Bagaimana penilaian Anda apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan pelayanan yang diberikan oleh petugas ?
- a. Sesuai
 - b. Cukup Sesuai
 - c. Kurang Sesuai
 - d. Tidak Sesuai
4. Bagaimana penilaian Anda tentang kondisi harga yang ditetapkan oleh pihak Hotel Surya Indah Salatiga bila dibandingkan dengan hotel lain yang sejenis ?
- a. Lebih Murah
 - b. Sama
 - c. Lebih Mahal
 - d. Jauh Lebih Mahal

5. Bagaimana penilaian Anda menarikkah harga khusus yang dtetapkan oleh pihak hotel ?

- a. Menarik
- b. Cukup Menarik
- c. Kurang Menarik
- d. Tidak Menarik

D. Keputusan Pembelian

1. Bagaimana penilaian Anda apakah Anda puas menginap di Hotel Surya Indah Salatiga ini ?

- a. Puas
- b. CukupPuas
- c. Kurang Puas
- d. Tidak Puas

2. Sebelum ini sudah berapa kalikah Anda menginap di Hotel Surya Indah Salatiga ?

- a. Lebih dari 2 kali
- b. 2 kali
- c. Sekali
- d. Belum Pernah

3. Apakah Anda mempunyai keinginan untuk menginap kembali di Hotel Surya Indah Salatiga ?

- a. Ingin
- b. Cukup Ingin
- c. Kurang Ingin
- d. Tidak Ingin

4. Apakah Anda ingin menjadi pelanggan setia/tetap Hotel Surya Indah Salatiga ?

- a. Ingin
- b. Cukup Ingin
- c. Kurang Ingin
- d. Tidak Ingin

5. Bnerapakah jumlah uang yang anda keluatrkan utnuk biaya akomodasi selama menginap di Hotel Surya Indah Salatiga ?

a. Rp. 200.000 ke atas

c. Rp 100.000 – Rp 150.000

b. Rp. 150.000 – Rp 200.000

d. Rp. 100.000 ke bawah