

**“ANALISIS PENGARUH ATRIBUT FASILITAS, HARGA DAN CITRA
(IMAGE) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL SAPHIR
YOGYAKARTA”**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Dewi Apriyani

11084687

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
YOGYAKARTA**

2012

**“ANALISIS PENGARUH ATRIBUT FASILITAS, HARGA DAN CITRA
(IMAGE) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL SAPHIR
YOGYAKARTA”**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Jurusan Manajemen
Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar
Sarjana Ekonomi

Disusun oleh :

DEWI APRIYANI

NIM : 11084687

Jurusan : Manajemen



**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA
FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN
YOGYAKARTA**

2012

HALAMAN PERSETUJUAN



Telah disetujui dan diterima dengan baik oleh,

Dosen Pembimbing Skripsi

A handwritten signature in black ink, which appears to read 'Bambang Purnomo Hediono'. The signature is written in a cursive style and is positioned above the printed name.

(Bambang Purnomo Hediono, Drs, MBA)

HALAMAN PENGESAHAN

Dipertahankan Di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Dan Diterima Untuk Memenuhi Sebagian

Syarat-syarat Guna Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi

Pada Tanggal

01 AUG 2012

Mengesahkan

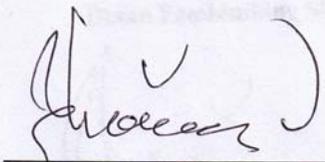
Dekan,

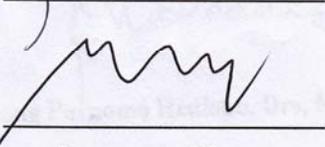


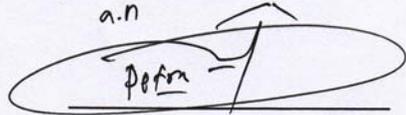
(Dra. Insiwijati P., M.M)

Dewan Penguji:

1. **Drs. Bambang Purnomo Hediono**
2. **Dra. Ety Istriani, MM**
3. **Drs. Andreas Ari Sukoco, MM, M.Min**





a.n


MOTTO

“Jadilah seperti karang dilaut yang kuat dihantam ombak dan kerjakanlah hal yang bermanfaat untuk diri sendiri dan orang lain, karena hidup hanyalah sekali. Ingat hanya pada Allah apapun dan di manapun kita berada kepada Dia-lah tempat meminta dan memohon”

“Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan selama ada komitmen bersama untuk menyelesaikannya”

“Berangkat dengan penuh keyakinan Berjalan dengan penuh keikhlasan Istiqomah dalam menghadapi cobaan”

“Kegagalan dan keberhasilan bukanlah takdir namun sebuah pilihan”

“Barang siapa menempuh suatu jalan untuk mencari ilmu maka Allah akan memudahkan padanya jalan menuju ke surga” (H.R. Muslim)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini Kupersembahkan Untuk :

- Allah SWT
- Alamamaterku Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta
- Dosenku Bapak Bambang Purnomo Hediono, Drs, MBA
- Yayasan Keluarga Hashim Djojohadikusumo
- Semua Keluargaku, Ayah/Ibu dan Adik-adikku
- Mas Tomi tercinta
- Sahabat-sahabatku, Ike dan Ellen

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kepada Allah Yang Maha Esa atas segala rahmat, perlindungan dan petunjuknya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : **“ANALISIS PENGARUH ATRIBUT FASILITAS, HARGA DAN CITRA (*IMAGE*) TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL SAPHIR YOGYAKARTA”**.

Selama penyusunan skripsi sampai selesai tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dukungan dan saran-saran dari berbagai pihak. Maka pada kesempatan ini, penulis ingin sekali menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah menganugerahkan rahmat serta hidayahnya dan selalu memberiku kekuatan.
2. Yayasan Keluarga Hashim Djojohadikusumo, yang telah memberikan kesempatan dan dukungannya sehingga saya bisa menikmati pendidikan dibangku perkuliahan dan menyelesaikannya dengan baik.
3. Bapak Bambang Purnomo Hediono, Drs, MBA selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing serta mengarahkan saya dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
4. Seluruh staf pengajar dan administrasi Fakultas Bisnis di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta yang telah memberikan bekal pengetahuan serta bimbingan selama penulis menempuh pendidikan.
5. Kedua orang tua dan ketiga adikku, yang selalu memberiku doa, semangat dan dukungannya.
6. Mas Tomi kurniadi tercinta yang selalu memberiku dukungan dan semangat, juga selalu mendampingi di saat susah maupun senang. Trimakasih buat mas karena telah

memberikan warna dalam hidupku, mas dapat memberikan kebahagiaan yang tidak dapat aku peroleh dari siapapun.

7. Sahabatku Henny Eunike Setiawan dan Maria Helena Chandra yang selalu memberikan dukungan dan semangat, juga membantuku dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Makasih untuk kalian yang selalu ada bersamaku di masa kuliah, yang selalu menghiburku dan membuat aku mengerti apa artinya persahabatan.

8. Teman-teman fakultas bisnis yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sebelumnya bahwa penyusunan masih jauh dari sempurna. Untuk itu segala kritik dan saran yang sifatnya membangun, penulis terima dengan senang hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.



Yogyakarta, Juni 2012

Penulis,

Dewi Apriyani

ABSTRAKSI

ANALISIS PENGARUH ATRIBUT FASILITAS, HARGA DAN CITRA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN HOTEL SAPHIR YOGYAKARTA

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah atribut fasilitas, harga dan image berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta.

Populasi dalam penelitian ini adalah para tamu yang menginap di Hotel Saphir Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* yaitu teknik purposive sampling.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas, analisis regresi linier berganda, pengujian hipotesis yaitu uji t dan f, dan analisis koefisien determinasi (R^2). Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 0,652 + 0,187 \text{ Fasilitas} + 0,032 \text{ Harga} + 0,212 \text{ Citra}$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Dari hasil analisis uji t diperoleh variabel fasilitas dengan t hitung $>$ t tabel yaitu $6,133 > 1,9849$, kemudian variabel citra dengan t hitung $>$ t tabel yaitu $4,069 > 1,9849$, dan terakhir adalah variabel harga dengan t hitung $<$ t tabel yaitu $0,620 < 1,9849$. Kemudian dari hasil analisis uji f dengan f tabel $>$ f hitung yaitu $38,360 > 2,70$ dan memiliki probabilitas signifikansi kurang dari 0,05 yaitu sebesar 0,000. Hasil dari uji koefisien determinasi diperoleh angka adjusted r square sebesar 0,531 atau 53,1%. Hotel saphir Yogyakarta perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci: fasilitas, harga, citra, kepuasan konsumen

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGAJUAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAKSI	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	5

BAB II LANDASAN TEORI

2.1 Pemasaran	7
2.1.1 Pengertian Pemasaran	7
2.1.2 Pengertian Manajemen Pemasaran	7
2.1.3 Konsep Pemasaran	8
2.2 Perilaku Konsumen.....	9
2.2.1 Pengertian Perilaku Konsumen	9
2.2.2 Teori-teori Perilaku Konsumen	9
2.2.3 Macam-macam Peranan dalam Perilaku Konsumen	12
2.3 Kepuasan Pelanggan.....	13
2.3.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	13
2.3.2 Konsep Kepuasan Pelanggan	13
2.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	14
2.4 Model Penelitian.....	17
2.5 Hipotesis	18

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Pengertian Metode Penelitian	19
3.1.1 Pengertian Metode Penelitian	19
3.1.2 Instrumen Pengumpulan Data	19
3.1.3 Populasi dan Sample	20
3.2 Metode pengumpulan Data	21
3.3 Metode Analisis Data	22
3.3.1 Uji Validitas	22
3.3.2 Uji Reliabilitas	23

3.3.3 Analisis Prosentase	24
3.3.4 Analisis Regresi Linier Berganda	24

BAB IV ANALISIS DATA

4.1. Analisis Deskriptif	29
4.2. Analisis Validitas dan Reliabilitas	30
4.2.1 Uji Validitas	30
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	32
4.3 Analisis Prosentase	34
4.3.1 Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	34
4.3.2 Profil Responden Berdasarkan Usia	35
4.3.3 Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	36
4.3.4 Profil Responden Berdasarkan Pendapatan Per Bulan	37
4.3.5 Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	38
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda	39
4.5 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Parsial (<i>t Test</i>)	40
4.6 Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan	42
4.7 Koefisien Determinasi (R^2)	45
4.8 Pembahasan	46
4.9 Pra Research	48

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan.....	50
----------------------	----

5.2. Saran.....	51
5.2.1 Saran Untuk Perusahaan	51
5.2.1 Saran Untuk Peneliti Mendatang	51
5.3. Keterbatasan Penelitian	52

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Struktur Fasilitas Hotel Berbintang.....	15
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	32
Tabel 4.2 Hasil Reliabilitas	33
Tabel 4.3 Profil Responden berdasarkan Jenis Kelamin	34
Tabel 4.4 Profil Responden berdasarkan Usia	35
Tabel 4.5 Profil Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir	36
Tabel 4.6 Profil Responden berdasarkan Penghasilan per Bulan	37
Tabel 4.7 Profil Responden berdasarkan Pekerjaan	38
Tabel 4.8 Hasil Regresi Linier Berganda.....	39
Tabel 4.9 Hasil Uji t (t-test).....	41
Tabel 4.10 Hasil Uji F.....	43
Tabel 4.11 Hasil Uji Determinasi	45
Tabel 4.12 Hasil Pembahasan	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Penelitian	17
Gambar 3.1 Daerah penentuan Ho.....	25
Gambar 3.2 Daerah penentuan Ho.....	26
Gambar 4.1 Kurva uji F.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	Surat Ijin penelitian
Lampiran II	Kuesioner
Lampiran III	Jawaban Responden
Lampiran IV	Karakteristik Responden
Lampiran V	Uji Validitas dan Reabilitas
Lampiran VI	Uji Hipotesis
Lampiran VII	Tabel R, Tabel T, Tabel F

BAB I

PENDAHULUAN

I.I Latar Belakang Masalah

Dewasa ini persaingan dalam dunia usaha semakin ketat, terlebih dengan semakin meningkatnya kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini menyebabkan semua perusahaan yang bergerak dibidang jasa berlomba untuk menghasilkan produk atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Hal itu dapat dicapai bila perusahaan dapat memasarkan produk atau jasanya dengan baik. Adapun pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui penciptaan dan pertukaran produk dan nilai satu sama lain (Kotler : 2000). Peranan pemasaran sangat penting bagi kelangsungan hidup perusahaan dimasa mendatang dan hendaknya perusahaan harus selalu menyesuaikan hasil produksi atau jasanya agar dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk / jasa yang diterima dan diharapkan. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan (Kotler : 1997). Untuk menciptakan kualitas pelayanan yang tinggi, perusahaan harus menawarkan pelayanan yang mampu diterima atau dirasakan pelanggan sesuai atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan.

Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan pelanggan dibandingkan harapannya, pelanggan tentu akan semakin puas.

Kepuasan konsumen merupakan orientasi pemasaran yang semakin penting untuk dilaksanakan, hal ini dimaksudkan untuk meningkatkan penjualan serta memelihara konsumen menjadi konsumen yang setia. Dengan demikian kepuasan konsumen merupakan landasan utama untuk dapat memenangkan persaingan, atau paling tidak tumbuh dan berkembang pada era persaingan dalam dunia usaha yang semakin kompetitif, serta perilaku konsumen yang semakin kritis dalam melakukan pembelian selalu mendasari pada pengalaman masa lalunya. Dalam masa pertumbuhan dan kondisi masyarakat sekarang ini, faktor yang angka berperan penting bagi perusahaan atau instansi dapat dinilai baik oleh konsumen adalah kepuasan yang dapat dipenuhi oleh perusahaan atau instansi kepada konsumen.

Demikian juga halnya dengan perusahaan jasa khususnya penyedia jasa hotel yang banyak bermunculan di kota-kota di Indonesia, kota Yogyakarta pada khususnya. Hotel Saphir adalah Hotel berkelas bintang 4 dengan fasilitas-fasilitas mendukung yang diberikan, dengan lokasi yang strategis yaitu sangat dekat dengan Bandara Adisucipto. Banyaknya hotel yang berdiri di Yogyakarta tentunya akan menjadi ancaman bagi Hotel Saphir Yogyakarta. Dengan adanya persaingan tersebut Hotel-hotel yang ada akan saling berlomba merebut konsumen dengan menawarkan berbagai keunggulan atribut yang dimiliki oleh masing-masing hotel.

Hal ini merupakan suatu tantangan tersendiri bagi Hotel Saphir Yogyakarta, oleh karena itu Hotel Saphir Yogyakarta perlu melakukan

penelitian pemasaran yang nantinya akan menghasilkan data yang sangat bermanfaat untuk memecahkan berbagai macam persoalan pemasaran dan juga berguna untuk mengetahui keadaan pasar.

Salah satu penelitian pasar tersebut adalah mengenai konsumen. Dalam hal ini Hotel Saphir Yogyakarta kiranya perlu mengetahui dan menganalisa sejauh mana atribut-atribut yang dimiliki Hotel Saphir Yogyakarta dipandang mempunyai arti penting bagi konsumennya dalam memberikan kepuasan kepada konsumen. Atas dasar itulah Hotel Saphir Yogyakarta dapat mengetahui kekuatan dan kelemahannya dan pihak Hotel Saphir Yogyakarta dapat menentukan strategi yang tepat sehingga dapat memberikan kepuasan kepada konsumen dan dapat untuk menghadapi persaingan yang semakin kompleks.

Berdasarkan latarbelakang diatas, penulis tertarik untuk meneliti: **“Analisis Pengaruh Atribut Fasilitas, Harga, dan Citra (*Image*) Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Saphir Yogyakarta”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan hasil dari latarbelakang penelitian tersebut, maka dapat diuraikan beberapa pokok bahasan masalah yang akan diteliti.

Adapun identifikasi masalah, seperti dibawah ini:

- a) Apakah Atribut Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Saphir Yogyakarta?
- b) Apakah Atribut Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Saphir Yogyakarta?

- c) Apakah Atribut Image berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Saphir Yogyakarta?
- d) Apakah ada pengaruh Atribut Fasilitas, Harga dan Citra (*image*) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta?

1.3 Batasan Masalah

Agar masalah yang diteliti tidak terlalu meluas, dan agar didapat hasil yang lebih baik, maka dalam penelitian ini perlu adanya batasan masalah. Batasan-batasan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Penelitian dilakukan di Hotel Saphir Yogyakarta.
2. Responden penelitian ini adalah orang-orang yang pernah ataupun sedang menginap di Hotel Saphir Yogyakarta.
3. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:
 - a) Fasilitas, yaitu meliputi fasilitas-fasilitas hotel yang tersedia.
 - b) Harga, yaitu tarif atau biaya yang dibebankan kepada konsumen sesuai dengan fasilitas yang dimiliki dan tingkat pelayanan yang diberikan hotel.
 - c) Citra atau *Image*, yaitu pendapat orang terkait dengan karakter atau kualitas hotel

1.4 Tujuan penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a) Untuk menganalisis pengaruh atribut fasilitas terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Saphir Yogyakarta.

- b) Untuk menganalisis pengaruh atribut harga terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Saphir Yogyakarta.
- c) Untuk menganalisis pengaruh atribut citra (*image*) terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Saphir Yogyakarta.
- d) Untuk menganalisis pengaruh atribut fasilitas, harga, dan citra (*image*) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Saphir Yogyakarta.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis

- a) Untuk menambah pengetahuan dan wawasan terhadap masalah yang terjadi dalam bidang pelayanan jasa.
- b) Penelitian dapat digunakan untuk menerapkan teori-teori yang telah didapat selama masa perkuliahan.

2. Bagi perusahaan

- a) Sebagai tambahan informasi untuk menyusun strategi perusahaan.
- b) Sebagai bahan pertimbangan dalam mengantisipasi perkembangan permasalahan perusahaan di bidang pelayanan jasa.

3. Bagi universitas

Sebagai tambahan informasi dan sebagai bahan referensi perpustakaan bagi para peneliti berikutnya dari Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

4. Bagi pihak lain

Untuk menambah pengetahuan bagi pihak-pihak lain yang tertarik dengan badang ini.

© UKDW

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang diperoleh tentang analisis pengaruh atribut fasilitas, harga, dan citra (*image*) terhadap kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta dengan melakukan penelitian terhadap 100 responden, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a) Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh antara variabel fasilitas terhadap kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta” terbukti
- b) Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta” tidak terbukti
- c) Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa “Terdapat pengaruh antara variabel citra (*Image*) terhadap kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta” terbukti
- d) Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa “Secara bersama-sama variabel fasilitas, harga dan citra (*Image*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta” terbukti

Jadi secara parsial variabel fasilitas, harga, dan citra yang mempengaruhi kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta adalah fasilitas dan citra, tetapi secara simultan/bersama-sama ketiga variabel tersebut berpengaruh pada kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Untuk Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan-kesimpulan yang telah diambil diatas, maka penulis memberikan saran yang berkaitan dengan penelitian ini untuk dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi Hotel Saphir Yogyakarta dalam perkembangannya dimasa yang akan datang. Adapun saran yang peneliti berikan adalah sebagai berikut :

- a) Agar selalu unggul dalam fasilitas yang diberikan hendaknya Hotel Saphir Yogyakarta memperhatikan kebersihan setiap ruangan dan kenyamanan, kapasitas, kelengkapan pada fasilitas-fasilitas pelengkap yang ada pada Hotel Saphir Yogyakarta.
- b) Untuk menjaga citra perusahaan yang memiliki kesan baik dimata konsumen dan masyarakat, Hotel Saphir Yogyakarta harus selalu memberikan kualitas pelayanan dan produk yang memuaskan serta keunggulan-keunggulan yang lebih dibanding dengan hotel lain.

5.2.1 Saran Untuk Penelitian Mendatang

Untuk peneliti yang akan datang disarankan untuk menambah variabel independen lainnya selain fasilitas, harga dan citra yang tentunya dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan konsumen karena masih ada variabel-variabel independen lain di luar penelitian ini yang masih bisa mempengaruhi kepuasan konsumen.

5.3 Keterbatasan Penelitian

Adapun keterbatasan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Penelitian ini fokus kepada 3 variabel, yakni fasilitas, harga dan citra. Dalam penelitian ini besarnya koefisien determinasi adalah 0,531; hal ini menunjukkan bahwa dalam penelitian ini variabel-variabel dalam penelitian menjelaskan 53,1% dari variabel kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta. Masih ada sisa sebesar 46,9% lagi faktor-faktor lain yang bisa menjelaskan variabel kepuasan konsumen Hotel Saphir Yogyakarta.
- b) Penelitian ini dilakukan pada hotel bintang empat, mungkin hasil dari penelitian ini akan berbeda jika dilakukan pada hotel lain yang berbeda pada level diatas atau dibawahnya. Beberapa variabel diatas dapat memiliki pengaruh yang lebih rendah jika diterapkan pada hotel kelas melati, yang tentunya memiliki kemampuan ekonomi yang lebih terbatas, sehingga mereka cenderung terpengaruh dengan tarif dari pada fasilitas dan citra.



DAFTAR PUSTAKA

- Bowen, Earl., Staar, Martin, K., 1982. *Basic Statistic for Business and Economi*. Tokyo : MC Graw Hill Book Company Inc
- Ghozali, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Hawkins, I. Best, R. J. Coney, K., 1998. *Consumen Behavior*. Building Market Strategy. USA : Irwin/ McGraw-Hill
- Kotler, Philip, 1995. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip, 2003. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Indeks
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Depok : PT. Salemba Emban Patria
- Naresh. K, Malhotra, 1996. *Riset Pemasaran Pendekatan Terapan*. Jakarta : Erlangga
- Rangkuti, Freddy, 1996. *Riset Pemasaran*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama
- Schiffman, L.G., Kanuk, L.L. 2000. *Consumers Behavior 7th ed*. New Jersey : Prentice-Hall, Inc
- Sugiyono, 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, 2005. *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Swastha, B & Handoko, H, 1992. *Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen*, Yogyakarta : Liberty
- Tjiptono, Fandy, 1995. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset

Tjiptono, Fandy, 2004. *Pemasaran Jasa*. Sydney : Bayumedia Publishing

Umar, Husein, 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT Gramedia
Pustaka Utama

Yoeti, Oka A, 1995. *Hotel Marketing*. Jakarta : PT Pertja

© UKDW