

**Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Hotel Puri Artha
Yogyakarta**

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama : Erwin Kunto Wijaya

Nomor Mahasiswa : 00311436

Program Studi : Manajemen

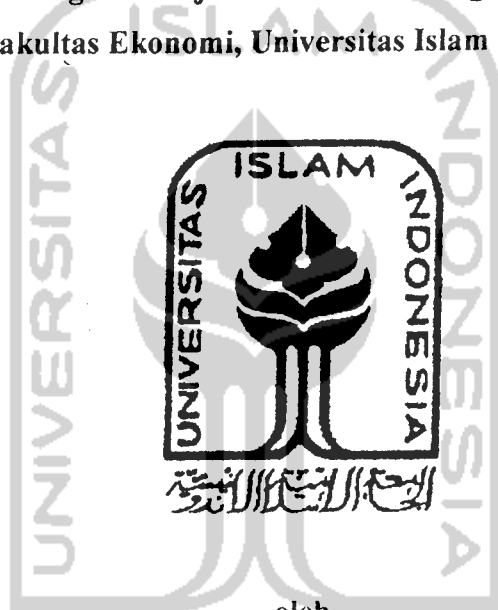
Bidang Konsentrasi : Pemasaran

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005**

**Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Hotel Puri Artha
Yogyakarta**

SKRIPSI

**ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir
guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen,
Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia**



oleh

Nama : Erwin Kunto Wijaya

Nomor Mahasiswa : 00311436

Prohgram Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2005

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“ Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman/sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, 12 Januari 2005

Penulis,



Erwin Kunto Wijaya

Halaman Pengesahan Skripsi

Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Hotel Puri Artha

Yogyakarta

Nama : Erwin Kunto Wijaya

Nomor Mahasiswa : 00311436

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Pemasaran

Yogyakarta, 12/1/05

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,



Drs. Suwarsono Muhammad, MA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

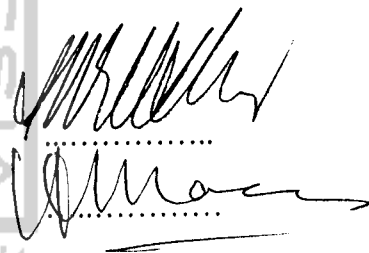
**ANALISIS SIKAP KONSUMEN TERHADAP ATRIBUT HOTEL PURI ARTHA
YOGYAKARTA**

Disusun Oleh: **ERWIN KUNTOWIJAYA**
Nomor mahasiswa: 00311436

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 15 Maret 2005

Penguji/Pemb. Skripsi: Drs. Suwarsono, MA

Penguji : Drs. Al Hasin, MBA



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia



Drs. Suwarsono, MA

ABSTRAK

Semakin berkembangnya dunia pariwisata mendorong pula terhadap perkembangan sarana pendukungnya. Salah satu diantaranya adalah industri perhotelan. Saat ini, terutama di kota Yogyakarta semakin banyak didirikan hotel, penginapan, maupun tempat peristirahatan guna memenuhi kebutuhan tempat istirahat bagi konsumen. Hal ini didukung pula keberadaan kota Yogyakarta sebagai barometer pariwisata kedua di Indonesia setelah Bali.

Perkembangan dunia pariwisata di kota gudeg ini mendorong setiap manajer hotel untuk menentukan strategi pemasaran perhotelan mengingat persaingan perhotelan di kota ini cukup ketat. Sehingga banyak pilihan bagi konsumen untuk memilih hotel di Yogyakarta. Untuk lebih mengetahui sikap konsumen dalam memilih hotel di Yogyakarta, termasuk di Hotel Puri Artha, penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan ilmu pemasaran dan perilaku konsumen. Sedangkan untuk membuktikan hipotesis penulis menggunakan alat analisis indeks sikap, uji Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi.

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa pelayanan yang memuaskan konsumen merupakan atribut yang cukup dominan terhadap sikap konsumen dalam memilih hotel Puri Artha Yogyakarta. Selain itu ada perbedaan sikap konsumen terhadap fasilitas kolam renang dan harga kamar hotel yang lebih murah dibanding hotel lain berdasarkan karakteristik jenis pekerjaan. Selain itu ada pula perbedaan sikap konsumen berdasarkan tingkat pendapatan terhadap fasilitas kolam renang dan prosedur check out yang cepat.

KATA PENGANTAR

Asslammualaikum wr. wb.,

Alhamdulillah dengan mengucapkan rasa syukur kehadiran Allah Subhanawata'ala yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Analisis Sikap Konsumen Terhadap Hotel Puri Artha Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun untuk mengetahui sikap konsumen terhadap beberapa atribut hotel Puri Artha antara lain harga, fasilitas, pelayanan, dan prosedur administrasi.

Dengan diselesaikannya penulis skripsi ini maka penulis berharap bahwa bukanlah suatu akhir dari pengembangan ilmu khususnya pengembangan ilmu penulisan skripsi. Namun makin berkembang lagi sampai tercapainya tujuan pendidikan yang dicita-citakan.

Untuk itu dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MA** selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia sekaligus sebagai dosen pembimbing dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Segenap **Dosen, Staf dan Karyawan** Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia atas segala bantuannya.
3. **Kedua Orangtuaku** yang tercinta yang telah memberikan curahan kasih sayang dan do'a restu serta dorongan moril dan materiil, lahir maupun batin yang berharga demi terselesainya skripsi ini.
4. Kakak dan adikku tersayang, **mbak Evi, mas Anas, Erlin dan Echa** yang telah membuatku lebih semangat hingga terselesainya skripsi ini.
5. **Bapak Soemadi** selaku pemilik Hotel Puri Artha yang telah memberikan ijin bagi penulis untuk melakukan penelitian di hotel tersebut.
6. **Bapak Wayan** selaku Manager Personalia Hotel Puri Artha yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk mendapatkan data yang diperlukan oleh penulis.

7. Keluarga besar **H. Nasirun Martosuwito** dan Keluarga besar **R.W. Rono Raharjo** yang selalu memberikan dukungan terbaik buat saya agar cepat selesai kuliah.
8. **Bapak Yoyok** dan **Ibu Supra** serta adik **Any** yang telah membantu penulis dalam memberikan kelancaran dalam menyusun skripsi.
9. Jamiyyah Ta'lim Wal Mujahadah Jum'at Pon (JTMJP) Pondok Pesantren Al Munawir Krpyak Yogyakarta. **Gus Taba** yang selalu sabar membimbing saya untuk menjadi yang terbaik dan tetap di jalan Allah.
10. Keluarga besar **Bapak H. Sugiharto** dan **Ibu Sri Djohar Winarli**
11. **Pa'Eko**, "Terimakasih atas semangat dan bantuannya".
12. Warga RW 12 Kelurahan Demangan Pengok Yogyakarta, **Pak Bk** (24 jam menyusuri Pengok !!!), **Pak Totok**, **Pak Kadim**, **Om Joen** (winnick !!!), **Kang Andi**, **Babhe** (jaga malam every day ...), **Mbak Siti**, **Mbak Rumi**, **Mbak Umi** (sory kalo' sering bikin bisung telinga !!!), **Mas Sur** (thank's atas kebebasanku ...), **Bagio** (perjuangan kita belum berakhir ...), **Adit Bedut**, **Ari Kampret**, **Novan**, **Jay**, **Jimin**, **Johan**, **Kamto**, **Timboel**, **Indra**, **Endi**, **Hageng**, **Susan**, **Dwi**, **Meli**, **Sigit Sahok**, **Doni**, **Ari Tesy**, **Nana**, **Asep**, **Deden**, **Adin**, **Nanan Gombol**, **Jasmi**, **Martha**, **Andi** (Bersatu kita teguh ... bercerai kita runtuh ... Having fun dab !!!), **Sardi**, **Akang**, **Wangsit** (angkringan yang damai dalam segala suasana ...)
13. Keluarga Besar Karang Taruna Muda Bhakti Pradja Kelurahan Demangan, **Yoyok**, **Tyo**, **Gembes**, **Agil**, **Pak Lurah**, **Pak Haryanto** (bekerja untuk sosial memang tujuan kita !!!)
14. Teman-teman seperjuangan dalam mengarungi kehidupan **Okqi** (thank's boss atas segalanya), **Ismail** (masih seperti dulu) **Abe**, **Coy**, **Tio**, **Thole** (keep smile guy's ...), **Sendy**, **Cholish**, **Bastian**, **Exo**, **Danang**, **Cere**, **Lutphi**, **Ndoeg** (maju terus pantang mundur !!!), **Ian**, **Fery**, **Dimas** (sampai jumpa di kantin oi ...) **Steila**, **Andra**, **Alkanz**, **Galuh**, **Alya**, **Eva**, **Mutia**, **Mirna**, **Melly**, **Erni**, **Mirza**, **Yogi Jampez**, **Wahyu Badax** , **Ivan**, **Heri**, **Bowo 01**, **Mas Kis** (jus't do it !!!)

15. **Bu Rifah, Bu Lin, Bu Ning** “ Terimakasih atas dorongan moril dan materiil.”
16. Teman-teman Manajemen 2000 kelas F ... **Azis, Dismas Tesy, Budi, Oman, Yatno, Bedhe, Nobita, Subho, Tina, Fitri, Iil, Fira, Sari, All Dewi, Anang** “ bersama untuk satu, satu untuk bersama.”
17. Teman-teman **MUHA 2000** “ Kenangan yang tak terlupakan .“
18. **Dian, Ira, Ivone, Leny, Nova, Sisil and all my Sephia** ...
19. Grand '96 **AA 3236 HC** yang selalu menemaniku kemana saja .
20. **Komputerku** yang selalu mengiringiku dan menghiburku.
21. Keluarga besar **INDONESIA 5 Event Organizer** ; **Mas Drajat, Mas Dian, Mbak Intan, Mbak Titik.** (pengalaman yang berharga dan mengasyikkan)
22. **SPARKY'S** ... **Andre , Adit, Inos, Jamz, Arlie, Gordank, Bugep, Om Nok, Lita.** (tunggulah aku di Jakartamu !!!)
23. Teman-teman **Cassanova** “ **Brino, dr Herman, Riyang, Yogek, Maman, Mas Panjul, Wowon, Tomo, Faqih, Lik Eko, Pak Hartono, Unang, Yogi, Mas Darto.** (Jogja malam hari memang indah !!!)
24. **All Musisi Jogja !!!** Anak-anak “**SeVille** “ **Alex, Deni, Ade, Opick and all Crew** (satukan nada untuk suatu keharmonisan ...)
25. **Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyusunan skripsi. MATUR NUWUN SANGET !!!**
 Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini mampu memberikan manfaat dan tambahan ilmu bagi segenap pembaca. Semoga Allah SWT meridhloi kita semua, Amin.
 Wassalamualaikum wr.wb.

Yogyakarta, 12 Januari 2005

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Sampul Depan Skripsi	ii
Halaman Judul Skripsi	iii
Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme	iv
Halaman Pengesahan Skripsi	v
Halaman Pengesahan Ujian Skripsi	vi
Abstrak	vii
Halaman Motto	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xiv
Daftar Lampiran	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Batasan Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	9
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	14

2.3	Hipotesis Penelitian	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		33
3.1	Lokasi Penelitian	33
3.2	Variabel Penelitian	33
3.3	Sumber Data	35
3.4	Metode Pengumpulan Data	36
3.5	Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.6	Metode Analisis	39
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN		42
4.1	Gambaran Hotel Puri Artha Yogyakarta	42
4.2	Deskripsi Responden	45
4.3	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Instrumen	47
4.4	Analisis Statistika	50
4.4.1	Analisis Indeks Sikap	50
4.4.2	Analisis Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi	52
BAB V KESIMPULAN dan SARAN		86
5.1	Kesimpulan	86
5.2	Saran	91
DAFTAR PUSTAKA		92
LAMPIRAN		90

DAFTAR TABEL

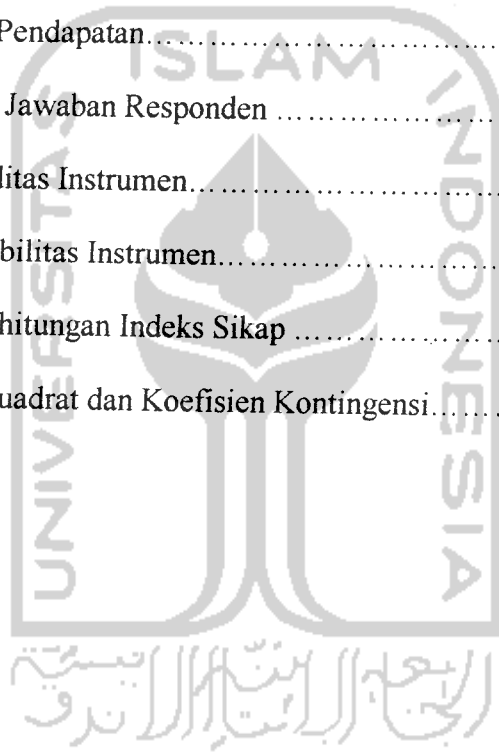
Tabel	Halaman
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....45
4.2.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendapatan.....46
4.3.1.1	Uji Validitas Variabel Keyakinan47
4.3.1.2	Uji Validitas Variabel Evaluasi48
4.3.2.	Uji Reliabilitas Variabel Keyakinan dan Evaluasi49
4.4.1	Perhitungan Indeks Sikap Secara Keseluruhan50
4.4.2.1	Pendapat Responden tentang Pekerjaan dan Harga Kamar Yang Lebih Murah53
4.4.2.2	Pendapat Responden tentang Pekerjaan dan Harga Sesuai Fasilitas Yang Ditawarkan55
4.4.2.3	Pendapat Responden terhadap Pekerjaan dan Fasilitas Kolam Renang.....57
4.4.2.4	Pendapat Responden terhadap Pekerjaan dan Fasilitas Kamar Yang Bersih dan Nyaman.....59
4.4.2.5	Pendapat Responden terhadap Pekerjaan dan Pelayanan Pada jam Tamu Istirahat.....61
4.4.2.6	Pendapat Responden terhadap Pekerjaan dan Pelayanan Yang memuaskan.....63
4.4.2.7	Pendapat Responden terhadap Pekerjaan dan Prosedur Check In Yang Cepat.....65

4.4.2.8	Pendapat Responden terhadap Pekerjaan dan Prosedur Check Out Yang Cepat	67
4.4.2.9	Pendapat Responden tentang Pendapatan dan Harga Kamar Yang Lebih Murah	69
4.4.2.10	Pendapat Responden tentang Pendapatan dan Harga Sesuai Fasilitas Yang ditawarkan	71
4.4.2.11	Pendapat Responden terhadap Pendapatan dan Fasilitas Kolam Renang.....	75
4.4.2.12	Pendapat Responden terhadap Pendapatan dengan Kamar Yang Bersih dan Nyaman.....	75
4.4.2.13	Pendapat Responden terhadap Pendapatan dan Pelayanan Pada jam Istirahat.....	77
4.4.2.14	Pendapat Responden terhadap Pendapatan dan Pelayanan Yang Memuaskan.....	79
4.4.2.15	Pendapat Responden terhadap Pendapatan dan Prosedur Check In Yang Cepat.....	81
4.4.2.16	Pendapat Responden terhadap Pendapatan dan Prosedur Check Out Yang Cepat	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran

- I Surat Keterangan Penelitian dari Hotel Puri Artha Yogyakarta
- II Kuesioner
- III Tabel Frekuensi Jenis Pekerjaan dan
Tingkat Pendapatan.....
- IV Tabulasi Jawaban Responden
- V Uji Validitas Instrumen.....
- VI Uji Reliabilitas Instrumen.....
- VII Hasil Perhitungan Indeks Sikap
- VIII Uji kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi.....



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan ekonomi di kawasan Asia Tenggara mulai membaik, setelah terjadi krisis ekonomi yang cukup mengganggu dan melumpuhkan roda perekonomian di beberapa negara kawasan Asia Tenggara. Hal inilah yang mendorong orang-orang untuk melakukan perjalanan wisata ke luar negeri, Indonesia terkenal sebagai negara kepulauan yang memiliki banyak obyek wisata dan kebudayaan daerah yang menarik, untuk mempersiapkan sektor pariwisata di tanah air. Kepariwisataannya dewasa ini memainkan peranan penting di dalam kehidupan ekonomi nasional, dimana peran ini akan menjadi penting di masa yang akan datang. Sehingga nantinya diharapkan akan mampu menjadi sektor penghasil devisa utama.

Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu daerah pariwisata kedua setelah Bali dengan didukung oleh keadaan geografis dan sosial budaya mempunyai objek wisata yang menjadi tujuan wisatawan baik dalam maupun luar negeri, yang notabene bukan merupakan kota industri, dan sangat memiliki keterbatasan sumber daya alam, namun memiliki sumber daya manusia yang memadai. Daerah Istimewa Yogyakarta terletak di tengah Pulau Jawa bagian Selatan. Dan untuk mencapai Yogyakarta dapat ditempuh dengan menggunakan transportasi darat (bus

dan kereta api) maupun udara. Untuk transportasi udara, Yogyakarta memiliki bandara Adisucipto Yang terletak kurang lebih 8 km dari pusat kota, dan transportasi lokal sebagai sarana pendukung juga tersedia dan relatif memadai, khususnya untuk armada darat dalam kota (taksi, bis umum, kereta api) dengan tarif yang relatif cukup murah. Hal tersebut di atas menjadikan kontribusi yang positif bagi bisnis di wilayah Yogyakarta.

Perusahaan jasa seperti perhotelan di Yogyakarta jika dikelola secara baik akan menghasilkan finansial. Untuk itu diperlukan usaha yang menyangkut bidang pemasaran untuk menarik minat konsumen agar bisa menggunakan jasa yang diberikan.

Pemasaran memainkan peranan yang penting dalam perencanaan strategis perusahaan jasa perhotelan. Perusahaan perhotelan harus menentukan strategi pemasaran yang tepat agar mengenai pasar sasaran sehingga kebutuhan konsumen dapat dipuaskan. Strategi perusahaan merupakan rencana keseluruhan untuk mencapai tujuan dan mengimplementasikan misinya.

Untuk mencapai tujuannya maka perusahaan membuat pertimbangan pokok yaitu konsumen yang akan dituju. Dalam menentukan konsumen yang dalam pemenuhan kebutuhan dan faktor-faktor lain yang memotivasi konsumen untuk memilih . Keputusan konsumen akan kebutuhan baik bersifat kuantitatif maupun kualitatif harus berdasarkan pada pengenalan akan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi terhadap pilihan kebutuhan, pembelian dan evaluasi pasca beli

dimana kelima bagian tersebut merupakan bagian dari perilaku konsumen. Perilaku konsumen dapat didefinisikan sebagai kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan, mengkonsumsi, menghasilkan barang dan jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pembelian. Untuk membantu perusahaan agar produk yang dihasilkan dapat ketangan konsumen dengan baik maka perlu diadakan riset agar produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan benar-benar sesuai dengan selera dan keinginan konsumen.

Akhirnya perusahaan dapat memahami perilaku konsumen dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen dalam mengkonsumsi barang dan jasa.

Perhotelan merupakan perusahaan jasa yang menjadi produk dari industri kepariwisataan yang terpenting dan terlengkap dalam menyediakan jasa penginapan serta fasilitas lainnya yang ada dalam hotel tersebut sehingga menjadi suatu kegiatan ekonomi bisnis yang sangat menjanjikan. Hotel Puri Artha selalu berusaha melakukan penjualan kamar pada setiap harinya dengan menggunakan strategi pemasaran terbaik. Perusahaan jasa seperti Hotel Puri Artha perlu mengetahui perilaku konsumen terhadap atribut-atribut produk yang ditawarkan seperti tarif, pelayanan hotel, kelengkapan fasilitas, dan administrasi yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan dan kelemahan hotel agar dapat memenuhi kepuasan konsumen.

Tarif atau harga kamar pada suatu hotel merupakan salah satu indikator untuk menarik konsumen. Walaupun sebenarnya tariff hotel di Yogyakarta cenderung tidak terlalu sering dipromosikan melalui media massa. Akan tetapi bagi konsumen dengan membayar senilai tarif yang ditawarkan, maka ia dapat memanfaatkan segala fasilitas yang disediakan hotel oleh tersebut. Sebagaimana pula Hotel Puri Artha yang cenderung menawarkan tarif nya melalui brosur yang dipromosikan melalui customer service, internet maupun agen wisata. Perbedaan tarif untuk beberapa hotel yang memiliki level atau tingkat yang sama cenderung tidak banyak berbeda satu sama lain. Namun walau demikian tarif juga berperan penting terhadap sikap konsumen dalam memilih hotel tersebut.

Hotel merupakan salah satu bentuk usaha di bidang jasa. Oleh karena itu pelayanan juga merupakan faktor penting demi kemajuan usaha di bidang jasa tersebut. Pelayanan dari staf maupun karyawan Hotel Puri Artha dari level *office boy* hingga jajaran manajemen hotel bisa berpengaruh besar terhadap kepuasan konsumen dalam memanfaatkan jasa yang ditawarkannya.

Fasilitas juga merupakan hal yang penting demi kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa sebuah hotel. Ketersediaan kamar yang bersih dan nyaman, fasilitas kolam renang, fasilitas tempat hiburan, dan lain sebagainya merupakan sarana pemanja pelanggan dalam menggunakan jasa tersebut. Oleh karena itu kelengkapan fasilitas sebuah

hotel juga dapat dijadikan sebagai sebuah “senjata” yang penting dalam memasarkan jasa yang bersangkutan.

Pertama yang dituju oleh konsumen pada saat datang ke sebuah hotel adalah bagian resepsionis. Di tempat tersebut konsumen akan mencari berbagai informasi termasuk tentang itu sendiri untuk kemudian memutuskan menginap atau menggunakan fasilitas yang disediakan tersebut. Dalam kondisi ini kecepatan dan kecermatan front office dalam menyampaikan informasi dan menyelesaikan dokumen yang seperlunya digunakan untuk menerima tamu tersebut benar-benar diuji. Selain itu diwaktu konsumen dalam berpamitan atau *check out* dari tersebut. Waktu bagi konsumen merupakan hal yang sangat harus dihargai oleh setiap staf termasuk *front office* itu sendiri. Oleh karena itu prosedur administrasi sewaktu melayani tamu hotel merupakan salah satu hal yang cenderung diperhatikan oleh pelanggan tersebut.

Mengamati perusahaan jasa perhotelan ini, penulis tertarik mengadakan penelitian tentang bagaimana sikap konsumen terhadap jasa perhotelan dan mengambil judul **“Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Hotel Puri Artha Yogyakarta”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas maka peneliti merumuskan 2 permasalahan pokok yang dibahas dalam penelitian ini yaitu :

1. Bagaimana sikap konsumen terhadap atribut Hotel Puri Artha ?

2. Atribut apakah yang paling berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam pengambilan keputusan untuk menginap di Hotel Puri Artha?
3. Adakah perbedaan sikap konsumen terhadap atribut Hotel Puri Artha berdasarkan karakteristik konsumen ?
4. Adakah keeratan hubungan antara variabel atribut Hotel Puri Artha dengan variabel karakteristik konsumen ?

1.3 Batasan Masalah

Dalam penelitian ini penulis membatasi beberapa permasalahan yang akan diukur, antara lain :

1. Penelitian ini ditujukan kepada konsumen yang menginap di Hotel Puri Artha Yogyakarta.
2. Variabel atribut yang akan diteliti meliputi :

- a. Tarif / harga

Merupakan nilai yang diberikan pada suatu produk yang berbentuk nominal atau uang. Seorang konsumen cenderung akan memilih berdasarkan kemampuan finansial yang dimiliki.

- b. Fasilitas

Merupakan ketersediaan sarana maupun prasarana hotel yang ada yang ditujukan untuk konsumen yang menginap di hotel tersebut yang diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi konsumen, misalnya : fasilitas *indoor* (AC, televisi, toilet, tempat tidur) dan *outdoor* (kolam renang, café, tempat parkir) yang disediakan.

c. Pelayanan

Merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh segenap staf dan karyawan hotel dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang berkunjung maupun menginap di hotel tersebut.

d. Prosedur Administrasi

Yakni hal yang berkenaan dengan kemudahan dalam masalah yang berhubungan dengan prosedur penerimaan tamu, pemesanan kamar hotel dan kemudahan dalam pembayaran.

3. Karakteristik responden yang diteliti:

a. Pekerjaan yang terkategori atas :

- PNS
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta

b. Penghasilan

- di bawah Rp. 1.000.000
- Rp. 1.000.000 s/d Rp. 2.000.000
- Lebih dari Rp. 2.000.000

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun diadakannya penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui sikap konsumen terhadap atribut-atribut Hotel Puri Artha Yogyakarta.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Adapun beberapa penelitian yang diharapkan mampu menjadi rujukan dalam melakukan laporan ini antara lain :

1. Andi Cahyono (2002), melakukan penelitian dengan judul Analisis Sikap Konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk PT. Coca Cola Amatil Indonesia. Dalam penelitian tersebut digunakan variabel penelitian yaitu : variabel atribut outlet, seperti: harga, produk, fasilitas, pelayanan, dan lokasi; serta variabel karakteristik konsumen; seperti : usia, tingkat pendidikan dan penghasilan, dengan mengambil subyek penelitian konsumen produk PT Coca Cola Amatil Indonesia di Yogyakarta. Adapun data-data yang diperoleh dan dianalisis dengan menggunakan model indeks sikap Fishbean, Analisis Kai kuadrat, serta Koefisien Kontingensi. Penelitian tersebut menyimpulkan:
 - a. Produk merupakan faktor yang dominan berdasarkan karakteristik konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian di outlet PT Coca Cola Amatil Indonesia.
 - b. Berdasarkan analisis sikap konsumen menurut model sikap Fishbein menunjukkan bahwa sikap konsumen dalam mengambil keputusan pembelian di outlet tersebut adalah positif.

- c. Berdasarkan analisis Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi dapat diketahui bahwa :
- Ada hubungan yang signifikan antara fasilitas yang disediakan dengan pengambilan keputusan pembelian konsumen berdasarkan karakteristik tingkat usia dan tingkat penghasilan.
 - Ada hubungan yang signifikan antara produk yang dihasilkan dengan pengambilan keputusan pembelian konsumen berdasarkan karakteristik tingkat usia dan tingkat pendidikan.
 - Tidak ada hubungan yang signifikan antara fasilitas yang disediakan dalam pengambilan keputusan pembelian konsumen berdasarkan tingkat pendidikan.
2. Aris Mustofa (2002), dengan judul penelitian “ Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Tegel Keramik di Kawasan Perumahan KPR Selosari, Magetan“. Dalam penelitian ini digunakan variabel penelitian, yaitu : Variabel produk, meliputi : kualitas bahan, model / desain, kekuatan, kenyamanan, dan harga; serta variabel karakteristik konsumen yang terkategori atas : jenis kelamin dan pendapatan. Hasil penelitian tersebut menyimpulkan bahwa:
- a. Sebagian besar dari responden (56 %) adalah berjenis kelamin laki-laki.
 - b. Besarnya pendapatan sebagian besar adalah Rp. 1.000.000 – Rp.2.000.000 sebanyak 58 %.

- c. Tegel yang paling banyak digunakan oleh responden adalah tegel keramik sebesar 25 %.
 - d. Cara yang paling banyak digunakan untuk mengenal produk tegel keramik adalah melalui tetangga atau teman.
 - e. Dari perhitungan Chi Square dan Koefisien Kontingensi yang mempunyai hubungan dengan jenis kelamin adalah atribut kualitas bahan, model / desain, kekuatan, harga, yang semuanya mempunyai hubungan cukup erat.
 - f. Dari hasil perhitungan Chi Square dan Koefisien Kontingensi yang mempunyai hubungan dengan besarnya pendapatan adalah atribut model, kekuatan, dan harga dimana untuk model / desain mempunyai hubungan yang erat sedangkan kekuatan dan harga mempunyai hubungan yang cukup erat.
 - g. Dari perhitungan indeks sikap diperoleh hasil bahwa faktor yang paling dominan dalam membeli tegel keramik adalah kualitas bahan dengan nilai indeks sikap sebesar 1229,02 kemudian adalah model / desain dengan nilai indeks sebesar 1175,85, kekuatan sebesar 991,8, harga sebesar 917,28 dan yang terakhir adalah kenyamanan sebesar 795.
3. Ahmad Faishal, dengan penelitian berjudul “Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Swalayan SENSUKO KPRI KOKARDA Kantor Departemen Agama Kabupaten Magelang Ditinjau Dari Tingkat Penghasilan Konsumen”. Adapun hipotesis yang diuji dalam penelitian

ini adalah : Sikap konsumen terhadap atribut swalayan SENSUKO KPRI KOKARDA kantor Departemen Agama Kabupaten Magelang adalah sangat yakin, dan perbedaan tingkat penghasilan konsumen akan membedakan sikap konsumen terhadap atribut swalayan SENSUKO KPRI KOKARDA kantor Departemen Agama Kabupaten Magelang. Penelitian ini menyimpulkan:

1. Hasil perhitungan metode Feish bein diperoleh skor A_o untuk atribut harga sebesar 1,0308, A_o atribut produk sebesar 0,9582, A_o atribut pelayan sebesar 1,458 dan A_o atribut lokasi sebesar 1,0980. Dan nilai atribut lokasi sebesar 4,2328, nilai tersebut di skala likert terletak pada level ($4 < A_o \leq 5$). Sehingga dapat disimpulkan bahwa atribut-atribut swalayan SENSUKO KPRI KOKARDA kantor Departemen Agama Kabupaten Magelang yang berupa harga, produk, pelayanan dan lokasi diterima dengan sangat yakin oleh konsumennya. Dengan hasil perhitungan tersebut, hipotesis pertama dari penelitian ini benar terbukti, yaitu bahwa sikap konsumen terhadap atribut swalayan SENSUKO KPRI KOKARDA kantor Departemen Agama Kabupaten Magelang ditinjau dari tingkat penghasilannya adalah yakin.
2. Berdasarkan pengujian dengan metode Kai kuadrat dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - Dari hail analisis kai kuadrat tentang sikap konsumen terhadap atribut harga ditinjau dari tingkat penghasilannya, diperoleh nilai X^2

sebesar. Jadi H_0 ditolak karena $33,19 > 15,51$. Sehingga kesimpulannya adalah, ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut harga swalayan SENSUKO KPRI KOKARDA kantor Departemen Agama Kabupaten Magelang ditinjau dari tingkat penghasilannya. Kesimpulan ini sekaligus membenarkan hipotesis penelitian ini, yang menyatakan bahwa tingkat penghasilan konsumen yang berbeda akan membedakan sikapnya terhadap atribut harga.

- Dari hasil analisis K_i kuadrat tentang sikap konsumen terhadap atribut produk ditinjau dari tingkat penghasilannya, diperoleh nilai X^2 sebesar ini. Berarti H_0 diterima karena $15,29 < 15,51$. Sehingga kesimpulannya adalah, tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut produk swalayan SENSUKO KPRI KOKARDA kantor Departemen Agama Kabupaten Magelang ditinjau dari tingkat penghasilannya. Kesimpulan ini sekaligus menyanggah hipotesis penelitian ini, yang menyatakan bahwa tingkat penghasilan konsumen yang berbeda akan membedakan sikapnya terhadap atribut produk.
- Dari hasil analisis K_{ii} kuadrat sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari tingkat penghasilannya, diperoleh nilai X^2 sebesar. Berarti H_0 diterima karena $3,91 < 15,51$. Sehingga kesimpulannya adalah, tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut pelayanan swalayan SENSUKO KPRI KOKARDA

kantor Departemen Agama Kabupaten Magelang ditinjau dari tingkat penghasilan konsumen yang berbeda akan membedakan sikapnya terhadap atribut produk.

- Dari hasil analisis Kai kuadrat tentang sikap konsumen terhadap atribut pelayanan ditinjau dari tingkat penghasilannya, diperoleh nilai X^2 sebesar ini. Berarti H_0 diterima karena $8,66 < 15,51$. Sehingga kesimpulannya adalah tidak ada perbedaan sikap konsumen terhadap atribut lokasi swalayan SENSUKO KPRI KOKARDA kantor Departemen Agama Kabupaten Magelang ditinjau dari tingkat penghasilannya. Kesimpulan ini berarti menyanggah hipotesis penelitian, yang menyatakan bahwa tidak ada penghasilan konsumen yang berbeda akan membedakan sikapnya terhadap atribut lokasi.

2.2 Landasan Teori

Pengertian Pemasaran

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan di dalam pencapaian tujuannya tergantung pada bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lainnya seperti pesonalia, selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

Salah satu cara memahami bidang pemasaran adalah pemasaran itu suatu disiplin ilmu yang dipergunakan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen menjadi peluang yang menghasilkan laba perusahaan. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai pemasaran, beberapa ini ada

pendapat selain yang telah diungkapkan di atas tadi mengenai pengertian pemasaran yaitu:

Pemasaran adalah :

”Suatu proses sosial dengan mana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertahankan produk dan nilai dengan individu dan kelompok lainnya” (Philip Kotler, 1992, hlm.4).

“Pemasaran adalah salah satu sistem dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial” (Basu Swasta DH & Irawan, 1986, hlm.5).

Dari definisi di atas, bahwa pemasaran sebagai suatu sistem dari kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan dengan pemahamannya terletak pada penawarannya dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, menentukan harga, mengadakan komunikasi serta distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong dan melayani pasar.

Konsep Pemasaran

Perusahaan dalam memasarkan produk dan ingin mendapatkan laba yang maksimal maka sudah waktunya menerapkan konsep pemasaran. Konsep pemasaran berbeda-beda yang dapat dipilih sesuai kondisi dimana perusahaan berada. Dengan sendirinya konsep pemasaran yang digunakan

perusahaan bertujuan memberikan kepuasan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen serta berorientasi kepada masyarakat.

Perusahaan dapat membagi pasar ke dalam segmen-segmennya dan menentukannya. Kemudian direncanakan pemusatan produk dan program kegiatan penjualan yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Definisi konsep pemasaran adalah sebagai berikut:

“Konsep pemasaran adalah suatu falsafah yang menyatakan bahwa kunci untuk mencapai tujuan organisasi yang terdiri dari penentuan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran dan pengerahan produk yang memuaskan secara lebih efektif dibanding para pesaing” (Philip Kotler, 1989, hlm.30).

Sedangkan 3 faktor penting yang dipakai sebagai dasar dalam konsep pemasaran:

1. Orientasi pada konsumen

Hal-hal yang harus diperhatikan bagi perusahaan yang berorientasi pada konsumen :

- a. Menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
- b. Menentukan kelompok pembeli yang akan dijadikan sasaran penjualan karena perusahaan tidak mungkin dapat memenuhi segala kebutuhan pokok konsumen maka perusahaan harus memilih kelompok pembeli tertentu dari kelompok pembeli yang ada.
- c. Menentukan produk dan pemasaran untuk memenuhi kebutuhan yang berbeda-beda dari kelompok pembeli yang dipilih sebagai

sasarannya. Perusahaan dapat menghasilkan produk-produk dengan tipe, model yang berbeda-beda dan dipasarkan dengan program pemasaran yang berlainan.

- d. Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai dan menafsirkan keinginan dan perilaku mereka.
- e. Menentukan dan melaksanakan strategi yang lebih baik, apakah menitik beratkan pasar, mutu yang tinggi, harga yang murah atau model yang menarik.

2. Koordinasi dan integrasi seluruh kegiatan pemasaran.

Pengintegrasian seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan perlu dilakukan dalam perusahaan untuk memberikan kepada konsumen, juga perlu dihindari adanya pertentangan dalam perusahaan maupun antara perusahaan dengan pasarnya. Dapat disimpulkan bahwa setiap orang dan bagian perusahaan turut berkecimpung dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberikan kepuasan konsumen, sehingga tujuan pemasaran dapat direalisasikan. Selain itu harus terdapat penyesuaian dan koordinasi antar produk, harga, saluran distribusi dan promosi untuk menciptakan hubungan pertukaran yang kuat dengan konsumen. Artinya harga harus sesuai dengan kualitas produk, saluran distribusi harus sesuai dengan harga kualitas produk, serta promosi harus sesuai dengan saluran distribusi, harga dan kualitas produk. Usaha-usaha ini perlu juga dikoordinasi dengan waktu yang benar dan tepat.

3. Mendapatkan laba melalui pemuas konsumen.

Faktor yang menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapatkan laba merupakan banyak sedikitnya kepuasan yang dapat dipenuhi. Ini tidak berarti bahwa perusahaan harus memaksimalkan kepuasan konsumen, tetapi perusahaan harus mendapatkan laba dengan cara memberikan kepuasan kepada konsumen.

Perkembangan masyarakat dan teknologi telah menyebabkan perkembangan konsep pemasaran. Sekarang perusahaan dituntut untuk dapat menanggapi cara-cara atau kebiasaan masyarakat. Perusahaan seharusnya berorientasi juga kepada masyarakat, tidak hanya kepada konsumen saja.

Pengertian Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen mempelajari bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, memakai dan membuang barang, jasa, gagasan atau pengalaman dalam rangka pemenuhan kebutuhan dan hasrat mereka. Faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembeli atau konsumen, Kotler (1997, hlm. 152-153)

1. Faktor Budaya
2. Faktor Sosial
3. Faktor Kepribadian
4. Faktor Kejiwaan

Ada 2 elemen penting dari arti perilaku konsumen yaitu:

1. Proses pengambilan keputusan.
2. Kegiatan-kegiatan fisik, yang semua itu melibatkan individu dalam menilai, mendapatkan dan mempergunakan barang-barang dan jasa-jasa secara ekonomi

Teori-Teori Perilaku Konsumen

Konsumen membeli barang dan jasa adalah untuk memuaskan berbagai kebutuhan dan keinginannya. Barang dan jasa itu sendiri tidaklah sepenting kebutuhan dan keinginan manusia yang akan dipenuhinya. Oleh karena itu Untuk mengetahui dan memahami perilaku konsumen maka perlu kiranya untuk mengetahui beberapa hal tentang teori-teori perilaku konsumen antara lain:

1. Teori ekonomi mikro

Para ahli ekonomi klasik adalah kelompok profesional pertama yang menyusun teori perilaku konsumen. Menurut teori tersebut, keputusan untuk membeli merupakan hasil perhitungan ekonomis rasional yang sadar. Pembeli individual berusaha untuk melakukan pilihan terhadap barang-barang maupun jasa yang dapat memberikan kepuasan atau kegunaan yang sesuai dengan harga atau selera.

2. Teori Antropologis

Pada teori ini menekankan perilaku pembelian dari suatu lingkungan masyarakat. Tetapi dalam hal ini, kelompok yang diutamakan adalah kelompok yang lebih besar atau kelompok yang ruang lingkupnya lebih luas seperti, kebudayaan atau sub kebudayaan.

3. Teori Psikologi

Pada dasarnya teori ini merupakan teroi-teori bidang psikologi dalam menganalisis perilaku konsumen. Dimana hal ini mendasari dari faktor-faktor psikologi yang selalu dipengaruhi oleh lingkungan.

4. Teori Sosiologi

Dalam hal ini lebih menitik beratkan pada hubungan dan pengaruh antara individu-individu yang dikaitkan dengan perilaku kelompok mereka, jadi lebih mengutamakan perilaku kelompok dari pada perilaku individu.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen.

Bagi manajemen pemasaran perusahaan perlu kiranya untuk meninjau ataupun memahami bebarapa faktor-faktor tersebut karena dapat membantu perusahaan dalam mengembangkan, mempromosikan, mendistribusikan produduknnya secara lebih baik dan untuk menentukan harga. Manajemen perusahaan di dalam usahanya hendaknya juga memperhatikan hal-hal seperti berikut:

- a. Siapa yang berinisiatif melakukan pembelian
- b. Siapa yang mempengaruhi keputusan pembelian
- c. Siapa yang mempengaruhi keputusan membeli
- d. Siapa yang melakukan pembelian produk tersebut
- e. Siapa yang menggunakan produk yang telah dibeli tersebut

Selain hal di atas, ada berbagai macam faktor yang dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian yang kiranya dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya, yaitu:

1. Faktor-faktor lingkungan ekstern

Konsumen yang berasal dari lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, penadapatan, sikap dan selera yang berbeda pula.

Banyak faktor ekstern yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen, antara lain:

a. Interpersonal

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh teman, tetangga, teman kerja, kenalan dan lain-lain. Pengaruh personal adalah pengaruh tipe sosial dimana keyakinan konsumen, sikap dan perilakunya dipengaruhi oleh orang lain melalui interaksi informal atau melalui komunikasi dari mulut ke mulut.

b. Keluarga

Keluarga merupakan suatu elemen kelompok terkecil dalam suatu masyarakat dimana perilakunya dapat mempengaruhi serta dapat memberikan keputusan dalam pembelian. Dalam anggota keluarga, masing tiap anggota keluarga memiliki selera atau persepsi yang berbeda-beda antara setiap anggota keluarga. Oleh karena itu, setiap anggota keluarga tidak mudah untuk menerima keputusan dari anggota keluarga yang lain. Disamping itu sumber pengaruh untuk melakukan pembelian juga berbeda-beda.

c. Kelompok sosial dan kelompok referensi

Manusia sejak lahir hingga dewasa telah mempunyai keinginan-keinginan yang menyebabkan mereka hidup berkelompok di dalam masyarakat. Keinginan-keinginan tersebut antara lain yaitu keinginan berinteraksi dengan manusia di sekelilingnya yang dapat menimbulkan munculnya kelompok-kelompok sosial didalam hidupnya, dimana dapat memberikan pengaruh terhadap sikap seseorang .

d. Kelas sosial

Kelas sosial adalah

“ Seluruh keluarga yang relatif homogen dan bertahan lama dalam sebuah masyarakat, yang tersusun dalam sebuah urutan jenjang dan para anggota dalam sebuah urutan jenjang itu memiliki nilai, minat dan tingkah laku yang sama” (Kotler, 1990, hlm.180).

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh kelas sosial, dimana kriteria yang digunakan untuk menggolongkan anggota-anggota masyarakat ke dalam kelas-kelas tertentu tidak hanya terbatas pada kekayaan, kekuasaan, kehormatan serta ilmu pengetahuannya karena masih ada kriteria-kriteria lainnya yang dapat digunakan.

2. Faktor-faktor lingkungan intern

Faktor intern yang secara psikologis juga dapat mempengaruhi perilaku pembelian konsumen dan menjadi dasar dari perilaku konsumen

tersebut. Ada berbagai macam faktor-faktor intern tersebut, diantaranya adalah :

a. Nilai-nilai (*Values*)

Adalah suatu anggapan dasar keyakinan yang mapan, yang menuntun tindakan-tindakan dan pertimbangan-pertimbangan dalam pengambilan keputusan pada situasi khusus untuk mencapai tujuan tertentu. Menunjukkan nilai-nilai dari individu ini sangat dipengaruhi oleh kebudayaan, dari sinilah menimbulkan suatu kemunculan di dalam nilai-nilai ini dan nilai-nilai inilah yang dapat menumbuhkan suatu keinginan.

b. Motivasi (*Motivation*)

Adalah keadaan di dalam diri pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegunaan tertentu guna mencapai tujuan tertentu.

Untuk lebih pentingnya hendaknya kita lebih mengenali apa yang menjadi motif pembelian seorang konsumen terhadap suatu produk, karena hal ini dapat berhubungan dan dapat mempengaruhi pemasaran perusahaan yang telah dirancang. Motif seseorang guna melakukan pembelian untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dapat di bedakan atas dasar:

- Menurut dasar pengaruhnya pada proses pembelian :

- Motif pembelian primer

Adalah motif yang menimbulkan perilaku pembelian terhadap kategori-kategori umum pada suatu produk, misalnya membeli televisi yang didasari oleh motif rasa ingin tahu, untuk mendapatkan hiburan.

- Motif pembelian selektif

Adalah motif yang mempengaruhi keputusan konsumen tentang model-model dan merek dari kelas-kelas produk atau macam penjual yang dipilih untuk suatu pembelian, seperti motif ekonomi, status, keamanan dan prestasi.

➤ Menurut faktor-faktor yang menyebabkan orang membeli:

- Motif rasional

Adalah motif yang didasarkan pada kenyataan-kenyataan yang ditujukan oleh suatu produk kepada konsumen. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor penawaran, permintaan, harga, kualitas, ukuran, ketersediannya dan keamanannya.

- Motif emosional

Adalah motif yang berkaitan dengan perasaan atau emosi individu, seperti pengungkapan rasa cinta, kebanggaan, kenyamanan, kesehatan, keamanan dan kepraktisan.

- Pengamatan (perception)

Adalah merupakan suatu proses dimana konsumen menyadari dan menginterpretasikan aspek lingkungannya sebagai reaksi

terhadap rangsangan-rangsangan yang berasal dari lingkungannya.

Proses pengamatan seseorang meliputi kegiatan yang berupa melihat, memaknai, mendengar, menyentuh, mencium atau merasakan secara internal dan hasilnya berupa pemahaman konsumen berdasarkan pengalaman. Pengamatan yang dilakukan seseorang dapat dipengaruhi oleh pengalaman masa lalu dan sikapnya sekarang. Hasil dari pengalaman tersebut akan membentuk pandangan tertentu terhadap suatu produk. Rangsangan yang sampai pada individu kemungkinan akan diamati dan diperhatikan, tetapi mungkin juga akan diabaikan begitu saja. Dimana perbedaan pandangan konsumen terhadap produk akan menciptakan suatu perbedaan didalam menentukan perilaku pengamatan selanjutnya.

- Keyakinan (belief)

Adalah suatu kemungkinan tentang suatu sifat khusus atau karakteristik yang berhubungan dengan suatu obyek, kejadian dan ide seseorang.

- Kepribadian (personality)

Kepribadian adalah:

“Ciri-ciri psikologis yang membedakan seseorang menyebabkan terjadinya jawaban yang relatif tetap dan

bertahan lama terhadap lingkungannya” (Kotler, 1997, hlm.1995).

Setiap individu mempunyai kepribadian yang berbeda dengan individu lainnya. Dimana kepribadian juga mencakup tentang watak atau ciri-ciri dari sifat manusia, kebiasaan-kebiasaan dan sikap dari seseorang yang membedakannya dari orang lain sehingga setiap orang mempunyai identitas tersendiri dan akan mengalami perkembangan jika individu tersebut berinteraksi. Kepribadian seseorang selain mempengaruhi perilaku pembelian juga.

Ada 3 unsur pokok dalam membentuk kepribadian individu yang dapat digunakan sebagai variabel untuk menganalisis perilaku konsumen dalam membeli, yaitu :

- a. Pengetahuan, yaitu unsur-unsur yang mengisi akal dan alam jiwa individu secara sadar, nyata menimbulkan gambaran pengamatan atau persepsi, konsep dan fantasi terhadap segala hal yang diterima dari lingkungan melalui panca indera.
- b. Perasaan, yaitu suatu keadaan dalam kesadaran manusia yang karena pengetahuannya dinilai sebagai suatu keadaan positif atau negatif.
- c. Dorongan naluri, yaitu kemauan yang sudah merupakan naluri tiap manusia yang sering disebut “*drive*”. Macam-macam

dorongan naluri antara lain dorongan untuk hidup, dorongan mencari makan dan sebagainya.

- Sikap (attitude)

Adalah prediposisi (keadaan mudah terpengaruh) akan keadaan yang mudah terpengaruh untuk memberikan rangsangan lingkungan yang dapat memulai atau membimbing tingkah laku orang tersebut.

- Citra diri (self image)

Adalah keseluruhan dari pemikiran dan perasaan seseorang tentang dirinya dan kepercayaan terhadap dirinya.

Citra diri yang nyata dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian terutama dalam hal pemilihan produk dan preferensi merek produk, maka para pemasar dapat merubahnya dengan cara mengkonsep akan keinginan konsumen tersebut.

Model Perilaku Konsumen

Sebuah model adalah sebuah penyerdehanaan dari suatu gambaran kenyataan, dalam hal ini adalah perilaku konsumen. Dimana kita harus mengetahui atau mempelajari berbagai macam karakteristik dari siapa, cara, waktu, sebab, lokasi mereka melakukan pembelian. Sebagai pemecahannya kita harus bisa mengikuti alur, dimana hubungan antara rangsangan pemasaran dengan rangsangan yang lain agar dapat mendapatkan posisi yang mungkin bisa menarik para konsumen dan mendapatkan tanggapan pembeli.

Tahap-Tahap Dalam Proses Pembelian

Pengambilan keputusan yang diambil oleh konsumen merupakan suatu proses kegiatan pembelian yang dapat melalui berbagai macam proses atau tahap-tahap di dalam melakukan pembelian tersebut, yaitu:

1. *Pengenalan masalah (Problem recognition)*

Adalah suatu perbandingan dan pembobotan yang kompleks terhadap adanya kebutuhan yang belum segera dipenuhi atau ditunda pemenuhannya serta kebutuhan yang sama-sama harus segera dipenuhi atau ditunda pemenuhannya serta kebutuhan yang sama-sama harus dipenuhi.

2. *Penilaian atau pencarian ke dalam (internal search)*

Adalah penilaian yang berkaitan dengan jumlah uang yang tersedia untuk membeli dan lamanya waktu yang tersedia atau harga barang secara otomatis dapat menentukan berapa lama waktu yang dibutuhkan.

3. *Penilaian atau pencarian keluar (eksternal search)*

Adalah tentang keterkaitan dengan pencarian informasi ekstern yang dapat berasal dari berbagai macam media massa (televisi, radio, surat kabar, majalah) dan juga dapat bersumber pada informasi dari kegiatan-kegiatan pemasaran perusahaan (publikasi atau iklan).

4. *Penerimaan informasi (acceptance of information)*

Adalah informasi yang dapat diterima dari berbagai macam aspek yang dapat memberikan informasi seperti melalui iklan dari media massa maupun kunjungan ke toko-toko tentang produk yang akan dibelinya.

5. Keputusan membeli (*decision*)

Adalah keputusan yang diambil oleh konsumen untuk membeli, dimana konsumen akan melewati berbagai macam atau serangkaian keputusan yang diambil menyangkut bentuk keputusan tentang jenis produk, bentuk produk, jumlah produk maupun merk dari produk yang akan dibelinya.

6. Perilaku Sesudah Pembelian (*post decision*)

Adalah adanya kemungkinan pembeli memiliki ketidaksesuaian atau ketidakpuasan dari manfaat atau karakteristik barang.

Pengertian Sikap

Sikap merupakan faktor yang dapat mempengaruhi pandangan dan perilaku konsumen dan menjadi bagian penilaian seseorang baik menerima maupun menolak terhadap bentuk penawaran yang dihadapinya. Adapun hubungan antara sikap dengan perilaku yang dimaksud adalah sikap merupakan konstekasi komponen , efektif dan konatatif., yang berinteraksi dalam memahami, merasakan, berperilaku terhadap suatu obyek.

Beberapa para ahli mengemukakan tentang sikap diantaranya William G. Nickels :

“Sikap adalah suatu kecenderungan yang dipelajari untuk bereaksi terhadap penawaran produk dalam masalah-masalah yang baik maupun kurang baik secara konsekuen” (Basu Swasta & Hani Handoko, 1987, hlm 92).

L.L. Thurstone mendefinisikan sikap yaitu:

“Sikap adalah derajat Pengaruh positif atau negatif yang berhubungan dengan obyek-obyek psikologis, itulah diantaranya adalah simbol, kata, lembaga, organisasi dan ide, terhadap obyek-obyek psikologis, itulah orang-orang dapat berlainan dalam pengaruh positif tau negatif” (Walgito, 1983, hlm. 51).

1. Ciri-ciri sikap

Ciri-ciri sikap diantaranya adalah, Walgito(1983, hlm.54):

- a. Sikap bukan pembawaan manusia sejak lahir, melainkan terbentuk selama perkembangan, sebagai akibat hubungan dengan obyek-obyek di lingkungannya.
- b. Sikap dapat berubah sebagai hasil dari interaksi antara seseorang dengan orang lainnya. Sikap terbentuk dan dipelajari melalui proses pergaulan dengan obyek-obyek di lingkungannya.
- c. Sikap tidak berdiri sendiri melainkan mengadakan hubungan dengan suatu obyek. Obyek itu bukan hanya satu jenis, melainkan bersama-sama sesuai dengan banyaknya obyek yang menjadi perhatian orang yang bersangkutan.
- d. Sikap bersangkutan dengan dimensi waktu yang berarti sikap hanya cocok untuk situasi pada waktu tertentu yang belum tentu sesuai dengan waktu lain karena sikap dapat berubah menurut situasi.
- e. Sikap mengandung faktor perasaan dan faktor motif. Sikap terhadap suatu obyek tertentu akan diikuti oleh perasaan tertentu pula, sikap

disamping itu menandung segi motivasi atau mendorong untuk bertindak terhadap obyek yang dihadapinya.

Model Sikap Fishbein

Model sikap Fishbein menjelaskan pembentukan sikap sebagai tanggapan atas atribut-atribut obyek berdasarkan kepercayaan tentang obyek tersebut. Kepercayaan diperoleh dengan memproses informasi yang didapat dan komunikasi tentang keercayaan yang diperoleh dari sumber-sumber lain.

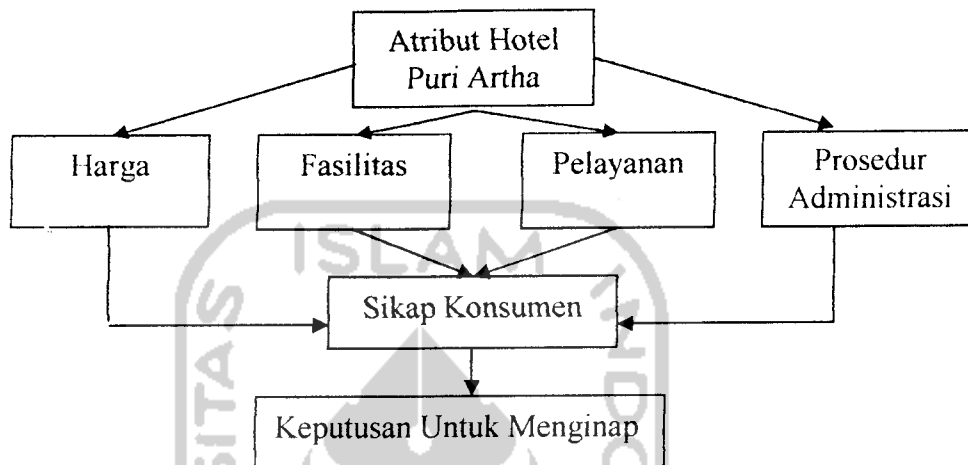
Model sikap Fishbein menyatakan sikap seseorang secara keseluruhan terhadap obyek, diperoleh dari kepercayaan dan evaluasi tentang berbagai sikap obyek (Setiadi, 2003). Adapun formulasi pengukuran sikap adalah :

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

Untuk mengetahui sikap seseorang perlu adanya pemrosesan informasi tetang kepercayaan dan evaluasi yang diberikan terhadap suatu produk. Pada model ini sikap seseorang secara keseluruhan (A_o) diperoleh dari jumlah perkalian natara skor kekuatan keyakinan konsumen bahwa atribut memiliki atribut i (b_i) dengan evaluasi atau intensitas perasaan konsumen mengenai atribut i (e_i) tersebut. Dalam penelitian ini untuk mengukur nilai kepercayaan dan evaluasi dengan cara mengalikan skala Likert 4 ruas. Sehingga secara keseluruhan, produk yang akan dipilih konsumen dapat diprediksi dari dominasi hasil perhitungan sikapnya brdasarkan pengertian-pengertian di atas.

2.3 Kerangka Teoritis

Tabel 2.3
Bagan Kerangka Teoritis
Sikap Konsumen Terhadap Atribut Hotel Puri Artha



2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap sesuatu hal yang dimaksudkan sebagai tuntutan sementara dalam penelitian untuk mencari jawaban yang sebenarnya. Adapun hipotesis yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Sikap konsumen dalam menggunakan jasa hotel Puri Artha adalah positif.
2. Pelayanan merupakan atribut yang paling dominan terhadap sikap konsumen untuk menginap di Hotel Puri Artha.
3. Ada perbedaan sikap berdasarkan karakteristik konsumen terhadap atribut Hotel Puri Artha.
4. Ada hubungan yang erat antara karakteristik konsumen dengan atribut Hotel Puri Artha.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini diadakan dengan mengambil lokasi penelitian di Hotel Puri Artha Yogyakarta, tepatnya di Jl. Cendrawasih No. 36 Demangan Yogyakarta.

3.2 Variabel Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, yaitu mengetahui bagaimana sikap konsumen terhadap atribut hotel Puri Artha dan hubungan antara variabel karakteristik konsumen dan variabel atribut hotel maka variabel penelitian dibedakan menjadi 2 yaitu:

a. Variabel Karakteristik Konsumen

1) Pekerjaan

Yaitu jenis mata pencaharian yang dilakukan oleh responden.

Dalam penelitian ini jenis pekerjaan responden dibagi menjadi:

- PNS
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta

2) Penghasilan

Yaitu sejumlah penerimaan yang mampu dihasilkan oleh setiap responden setiap bulan. Dalam penelitian ini variabel penghasilan dibedakan menjadi :

- di bawah Rp.1.000.000
- Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 2.000.000
- di atas Rp. 2.000.000

b. Variabel atribut produk Hotel Puri Artha, yang dibedakan menjadi:

1). Tarif / harga

Merupakan nilai yang diberikan pada suatu produk yang berbentuk nominal atau uang. Seorang konsumen cenderung akan memilih hotel berdasarkan kemampuan finansial yang dimiliki.

2). Fasilitas

Merupakan ketersediaan sarana maupun prasarana hotel yang ada yang ditujukan untuk konsumen yang menginap di hotel tersebut yang diharapkan mampu memberikan kepuasan bagi konsumen, misalnya : fasilitas *indoor* (AC, televisi, toilet, tempat tidur) dan *outdoor* (kolam renang, café, tempat parkir) yang disediakan.

3). Pelayanan

Merupakan segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh segenap staf dan karyawan hotel dalam memenuhi kebutuhan konsumen yang berkunjung maupun menginap di hotel tersebut.

4). Prosedur Administrasi

Yakni hal yang berkenaan dengan kemudahan dalam masalah yang berhubungan dengan prosedur penerimaan tamu, pemesanan kamar hotel dan kemudahan dalam pembayaran.

3.3 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini dibedakan menjadi 2 yaitu :

1. Data Intern

Informasi yang relevan, berasal, dikumpulkan dan digunakan pihak sendiri untuk menjawab pertanyaan penelitian.

2. Data Ekstern

a) Data primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden, data primer meliputi :

- Karakteristik responden
- Tanggapan konsumen atas atribut hotel Puri Artha.
- Tanggapan sikap konsumen dalam menggunakan jasa ini

Untuk memperoleh data primer yang diperlukan digunakan tehnik pengisian kuesioner, yang diisi oleh pengunjung hotel Puri Artha.

b) Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh secara tidak langsung atau data yang diperoleh dan disusun dari pihak lain. Data sekunder meliputi :

- Gambaran umum hotel Puri Artha.
- Strategi penanganan kualitas perusahaan
- Informasi terkait dengan perkembangan perhotelan Indonesia umumnya dan hotel Puri Artha khususnya

Untuk mendapatkan data sekunder yang dibutuhkan, dilakukan dengan mempelajari literatur yang terkait dengan perkembangan perhotelan, selain itu juga diperoleh melalui fasilitas internet.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam analisis sikap konsumen, dipergunakan metode pengumpulan data sebagai berikut:

1. Studi Pustaka (*Library Research*)

Yaitu suatu metode pengumpulan data dengan jalan mempelajari berbagai literatur, majalah, dan catatan-catatan kuliah. Sehingga diharapkan dengan landasan teori yang kuat dalam menganalisis masalah yang akan diperoleh kesimpulan yang berbobot ilmiah.

2. Metode Kuisisioner

Yaitu metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dan obyek penelitian untuk dimintai pendapat tentang masalah yang diteliti. Teknik yang dilakukan dengan metode ini yaitu dengan cara penyebaran kuisisioner yang berisi tentang pertanyaan tentang hal-hal yang ingin diketahui dari responden, untuk memperoleh informasi yang diharapkan dalam penelitian.

3. Metode Wawancara

Dilakukan dengan melakukan tanya jawab atau wawancara secara langsung dengan responden untuk mengetahui berbagai informasi yang perlu dan penting dalam menunjang kelancaran penelitian berdasarkan pernyataan yang disampaikan melalui kuisisioner.

3.5 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Adalah semua individu atau unit-unit yang menjadi obyek penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh tamu yang sedang atau pernah menginap di hotel Puri Artha Yogyakarta.

2. Sampel

Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *non-random sampling*-sampel keputusan (*judgement sampling*) yaitu teknik pengambilan sampel yang memilih anggota-anggota sampel yang sesuai dengan kriteria tertentu atas dasar tujuan penelitian yang ingin dicapai. Sampel adalah sebagian individu atau unit-unit yang diambil dari populasi, dalam hal ini adalah sebagian dari tamu yang sedang atau pernah menginap di hotel Puri Artha Yogyakarta.

Dengan mempertimbangkan jumlah populasi pengunjung yang menginap di Hotel Puri Artha yang tidak dapat diketahui secara pasti, maka untuk menentukan jumlah sampelnya digunakan rumus (Algifari, Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis, hal 36) :

$$E = Z_{1/2\alpha} \cdot \frac{S}{\sqrt{n}}$$

Dengan :

- n : banyaknya sampel yang diduga
- $Z_{1/2\alpha}$: batas interval keyakinan.
- S : standar deviasi sampel
- E : besar deviasi/error atau tingkat kesalahan estimasi.

kuisisioner. Metode ini cukup efisien terhadap beberapa tamu hotel yang tidak bersedia untuk mengisi kuisisioner.

3.6 Metode Analisis data

1. Analisis Deskriptif.

Yaitu analisis dengan merinci dan menjelaskan secara panjang lebar keterkaitan data penelitian dalam bentuk kalimat. Data tersebut biasanya tercantum dalam bentuk tabel dan analisis berdasarkan pada data di tabel tersebut.

2. Analisis Statistika.

Yaitu analisis yang dilakukan dengan menggunakan teknik statistika. Adapun teknik statistika yang digunakan dalam penelitian ini antara lain :

a. Model Sikap Fishbein

Metode ini digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap pilihan produk jasa hotel Puri Artha.

Adapun rumus yang digunakan, yaitu:

$$A_o = \sum_{i=1}^n b_i \cdot e_i$$

dimana:

A_o = Sikap seseorang secara keseluruhan terhadap obyek tertentu.

b_i = Kepercayaan seseorang terhadap atribut (i) yang dimiliki suatu obyek.

e_i = Penilaian (evaluasi) seseorang terhadap atribut (i) yang ada pada suatu obyek.

n = Jumlah atribut.

b. Analisis Kai Kuadrat.

Analisis kai Kuadrat (Chi Square) ini digunakan untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap konsumen terhadap pilihan produk jasa hotel Puri Artha berdasarkan pada atribut produknya.

Analisis Chi Kuadrat dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$X^2 = \sum \frac{(f_o - f_h)^2}{f_h}$$

dimana:

X^2 = nilai Chi Kuadrat

f_o = frekuensi yang diperoleh observasi dalam sampel

f_h = frekuensi yang diharapkan dari sampel sebagai pencerminan frekuensi yang diharapkan dari populasi

Untuk menghitung besarnya frekuensi yang diharapkan (f_h) dengan rumus:

$$f_h = \frac{k_a \cdot b_x}{t}$$

dimana:

k_a = Jumlah pada kolom a

b_x = Jumlah pada baris b

t = Jumlah sampel total

Dalam kaitannya uji Chi Kuadrat sebagai alat analisis untuk menguji hipotesis penelitian maka langkah selanjutnya adalah:

- Menentukan taraf signifikan 95% atau 0,05
- Menetapkan kriteria pengujian, yaitu:
 - jika $\text{Sign.} \leq 0,05$; maka H_0 ditolak
 - jika $\text{Sign.} > 0,05$; maka H_0 diterima
- Mencari harga X^2 dengan menggunakan program aplikasi SPSS ver. 11.5
- Mengambil Keputusan berdasarkan kriteria pengujian tersebut.

c. Analisis Koefisien Kontingensi

Digunakan untuk mengetahui tinggi derajat keeratan hubungan antara 2 variabel. Nilai Koefisien Kontingensi yang telah dihitung pada saat pengolahan data dibandingkan dengan nilai KK maksimum yang kemudian digolongkan pada rentang skala yang telah ditetapkan. Adapun penghitungannya KK maksimum adalah:

$$\text{KK maks.} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

Sedangkan kriteria erat tidaknya hubungan dilihat dari selisih KK dengan KK maksimum pada rentang 0,01 hingga 0,99 yang terbagi dalam kategori:

- a. 0,01 – 0,255 = Sangat Erat
- b. 0,256 – 0,501 = Erat
- c. 0,502 – 0,747 = Tidak Erat
- d. 0,748 – 0,99 = Sangat Tidak Erat

BAB IV

ANALISIS DATA

4.1. Gambaran Umum Hotel Puri Artha Yogyakarta.

4.1.1 Perkembangan Hotel Puri Artha

Hotel Puri Artha resmi didirikan pada awal tahun 1974 oleh Bapak Soemadi yang pada awal berdirinya terdiri atas 22 kamar. Namun pada saat ini hotel yang berada di Jl. Cendrawasih No. 56 Yogyakarta ini terdiri atas 77 kamar, dan tergolong sebagai hotel bintang 3 yang ditetapkan oleh Departemen Pariwisata dan Telekomunikasi pada tahun 1979.

Seiring dengan berkembangnya dunia pariwisata di Yogyakarta, kebutuhan akan kenyamanan pada saat menginap di sebuah hotel menjadi prioritas bagi seorang customer. Oleh karena itu hotel-hotel yang berkembang di kota budaya ini turut pula bersaing dalam memberikan fasilitas maupun pelayanan untuk dapat membuat customer atau pengunjung hotel dapat beristirahat dengan nyaman. Adapun fasilitas yang tersedia di hotel Puri Artha antara lain : *convention hall, restaurant, bar, swimming pool, drug store, beauty parlor, travel agent, money changer, postal service*, dan area parkir. Selain itu pengunjung dapat memilih berbagai tipe kamar yang tersedia di hotel ini dari kamar tipe standar, superior, *special room*, hingga *suite room class*. Ciri khas dari hotel ini adalah dibangun dengan ornamen dan arsitektur perpaduan antara budaya

jawa dan bali, dengan motto “ *A Charming Bladed of Balinies and Javanese Culture With Western Facilities and Conforts*”.

4.1.2 Struktur Organisasi Hotel Puri Artha Yogyakarta

Struktur organisasi yang dianut dalam hotel ini menganut sistem desentralisasi yaitu semua kegiatan tidak ditangani langsung oleh direksi melainkan adanya bantuan dalam pimpinan dimana kekuasaan dan tanggung jawab bercabang di tiap-tiap jabatan. Tingkat jabatan tersebut antara lain:

a. *General Manager*

Tugas pokoknya adalah memimpin, mengawasi, dan mengontrol semua aspek kegiatan hotel sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

b. *Marketing Manager*

Tugasnya melaksanakan marketing yang lengkap guna mengadakan perencanaan dan pengawasan serta koordinasi seluruh kegiatan marketing staff / *public relation sales* dan seluruh kegiatan pemasaran yang telah ditetapkan.

c. *Front Office Manager*

Bertanggungjawab atas segala kegiatan yang berhubungan langsung dengan tamu di kantor depan hotel, resepsionis, baik mengenai informasi, reservasi maupun komunikasi.

d. *Housekeeping Manager*

Bertanggung jawab atas perencanaan, pengawasan dan pengkoordinasian semua aktifitas staff housekeeping untuk menjaga kebersihan, kerapian, serta kenyamanan seluruh area hotel kecuali *kitchen area* sesuai standar yang telah ditetapkan.

e. *Food and Beverage Manager*

Tugasnya membuat dan menetapkan rencana anggaran masalah Food and Beverage untuk mencapai profit yang telah ditetapkan.

f. *Personnel Manager*

Tugasnya mengurus masalah kepegawaian dan bersama-sama manajemen berusaha meningkatkan Sumber Daya Manusia tanpa melupakan hak dan kewajibannya.

g. *Accounting Manager*

Bertanggung jawab atas semua pencatatan dan perhitungan semua transaksi yang terjadi di Hotel.

h. *Chef Security*

Bertanggung jawab atas keamanan dan ketertiban baik area / lingkungan hotel, tamu, maupun karyawan sehingga tercipta suasana yang tenang dan tentram bagi semua penghuni hotel khususnya tamu.

Tiap jabatan tersebut di atas bertanggung jawab penuh atas departemen yang dipimpinnya dan dalam pelaksanaannya bertanggung jawab terhadap *General Manager*.

4.2. Deskripsi Responden

Populasi merupakan suatu kesatuan individu atau subyek pada wilayah dan waktu tertentu dengan kualitas tertentu pula. Populasi dalam penelitian ini telah ditentukan dan dibatasi pada pengunjung yang menginap di Hotel Puri Artha Yogyakarta. Demi kemudahan peneliti dalam melakukan penelitian terutama dalam memperoleh data primer, maka dilakukan pengambilan sampel sebanyak 100 responden dengan metode pengumpulan data menggunakan kuisioner yang diserahkan pada setiap respondennya.

Penyebaran kuisioner dilakukan untuk mengidentifikasi sikap konsumen terhadap hotel Puri Artha yang diukur, yaitu : harga, fasilitas, pelayanan, dan prosedur administrasi. Sedangkan karakteristik responden dibedakan menurut jenis pekerjaan dan tingkat penghasilan.

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.

Tabel 4.2.1
Jenis Pekerjaan

Karakteristik Responden	Jumlah	Prosentase
PNS	18	18 %
Pegawai Swasta	44	44 %
Wiraswasta	38	38 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer

Berdasarkan data tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil berjumlah 18 responden atau 18 % dari seluruh responden yang diteliti. Untuk responden yang bekerja sebagai pegawai swasta berjumlah 44 responden atau sebanyak 44% dari

seluruh responden yang diteliti. Untuk kelompok responden yang bekerja sebagai wiraswasta berjumlah 38 responden atau 38 % dari seluruh responden yang diteliti. Dengan demikian dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang diteliti bekerja sebagai pegawai swasta.

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan

Tabel 4.2.2
Tingkat Pendapatan

Karakteristik Responden	Jumlah	Prosentase
< Rp. 1.000.000	20	20 %
Rp. 1.000.000 s/d Rp.2.000.000	36	36 %
> Rp.2.000.000	44	44 %
Total	100	100 %

Sumber : Data Primer

Berdasarkan data tersebut di atas dapat diketahui bahwa responden yang memiliki tingkat penghasilan di bawah Rp.1.000.000 per bulan berjumlah 20 responden atau 20 % dari seluruh responden yang diteliti. Untuk responden berusia antara Rp. 1.000.000 sampai dengan Rp. 2.000.000 berjumlah 36 responden atau sebanyak 36 % dari seluruh responden yang diteliti. Untuk kelompok responden berpenghasilan lebih dari Rp. 2.000.000 per bulan berjumlah 44 responden atau 44 % dari seluruh responden yang diteliti. Dengan demikian dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang diteliti berpenghasilan di atas Rp. 1.000.000, yang cenderung berasal dari masyarakat menengah atas.

4.3. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah kuisioner dapat mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiono. Hlm. 109). Suatu item pertanyaan akan dapat dinyatakan valid apabila diketahui bahwa masing-masing item berkorelasi secara signifikan terhadap jumlah keseluruhan jawaban untuk tiap item pertanyaannya. Untuk melakukan pengujian, peneliti menggunakan *Korelasi Product Moment Pearson* dengan program aplikasi SPSS versi 11.

4.3.1.1 Uji Validitas Terhadap Pernyataan Keyakinan (bi)

Kuisioner yang disebar terdiri atas 8 pernyataan keyakinan responden terhadap atribut-atribut yang melekat pada hotel Puri Artha Yogyakarta. Berikut tabel rangkuman hasil uji validitas terhadap pernyataan variabel keyakinan (bi) yang dikutip dari lampiran :

Tabel 4.3.1.1
Uji Validitas Variabel Keyakinan

Item Pernyataan	Koef. Korelasi	Signifikansi	Status
bi.1	0,695	0,000	Valid
bi.2	0,643	0,000	Valid
bi.3	0,588	0,001	Valid
bi.4	0,408	0,025	Valid
bi.5	0,514	0,004	Valid
bi.6	0,512	0,000	Valid
bi.7	0,719	0,000	Valid
bi.8	0,417	0,022	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing atribut keyakinan (bi) berkorelasi secara signifikan yaitu nilainya di atas 0,30 dengan signifikansi di bawah 0,05 (Sugiyono hlm. 124). Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa masing-masing pernyataan atribut keyakinan di dalam kuisioner tersebut valid dan dapat digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan.

4.3.1.2 Uji Validitas Terhadap Pernyataan Evaluasi (ei).

Berikut tabel rangkuman hasil uji validitas terhadap pernyataan variabel evaluasi (ei) yang dikutip dari lampiran :

Tabel 4.3.1.2
Uji Validitas Pernyataan Variabel Evaluasi (ei)

Item Pernyataan	Koef. Korelasi	Signifikansi	Status
ei.1	0,556	0,001	Valid
ei.2	0,433	0,017	Valid
ei.3	0,590	0,001	Valid
ei.4	0,649	0,000	Valid
ei.5	0,592	0,001	Valid
ei.6	0,362	0,049	Valid
ei.7	0,620	0,000	Valid
ei.8	0,595	0,001	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa masing-masing atribut evaluasi (ei) berkorelasi secara signifikan yaitu nilainya di atas 0,30 dengan signifikansi di bawah 0,05 (Sugiyono hlm. 124). Dengan demikian maka dapat diketahui bahwa masing-masing pernyataan atribut evaluasi di

dalam kuisisioner tersebut valid dan dapat digunakan untuk memperoleh data yang diperlukan.

4.3.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah sebuah instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang reliabel (relatif sama) jika digunakan beberapa kali terhadap obyek yang sama. Untuk melakukan pengujian tersebut, peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 11.5 melalui menu *Scale Reliability Analysis* yang hasilnya adalah sebagai berikut :

Tabel 4.3.2
Uji Reliabilitas Variabel Keyakinan & Evaluasi

Variabel	Alpha	Status
Keyakinan	0,6542	Andal
Evaluasi	0,6719	Andal

Sumber : Data primer yang telah diolah

Dari pengujian reliabilitas dapat diketahui bahwa *alpha* untuk variabel keyakinan dan evaluasi $> 0,6$. Hasil ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas untuk pernyataan keyakinan yaitu sebesar 0,6542 berarti 65,42% item pernyataan untuk mengukur keyakinan responden terhadap atribut yang akan diukur reliabel. Demikian pula halnya untuk item pernyataan mengenai evaluasi yaitu sebesar 0,6719 yang berarti bahwa 67,19% item pernyataan dalam kuisisioner tersebut reliabel.

4.4 Analisis Statistika

4.4.1 Analisis Indeks Sikap

Analisis Indeks Sikap digunakan untuk mengetahui sikap konsumen terhadap pilihan produk jasa hotel Puri Artha. Adapun Model Sikap Yang digunakan adalah model sikap Fishbein yang didasarkan pada perhitungan antara keyakinan (bi) dan evaluasi (ei). Berikut ini perhitungan indeks sikap berdasarkan hasil kuisisioner yang disebarkan kepada 100 responden/tamu yang menginap di Hotel Puri Artha Yogyakarta:

Tabel 4.4.1
Perhitungan Indeks Sikap Secara Keseluruhan

Keterangan	Simbol	Total
Harga Yang Lebih Murah	$bi1.ei1$	893
Harga sesuai fasilitas yang ditawarkan	$bi2.ei2$	1011
Tersedia fasilitas kolam renang	$bi3.ei3$	809
Kamar yang bersih dan nyaman	$bi4.ei4$	904
Pelayanan pada jam tamu istirahat	$bi5.ei5$	917
Pelayanan yang memuaskan	$bi6.ei6$	1112
Prosedur <i>check in</i> yang cepat	$bi7.ei7$	966
Prosedur <i>check out</i> yang cepat	$bi8.ei8$	928
Total		7540

Sumber : Data Primer Yang Diolah.

Hasil perhitungan indeks sikap terhadap setiap item pernyataan maka dapat dicari total nilai indeks sikapnya dengan :

$$Ab = \sum_{i=1}^n bi.ei$$

$$\begin{aligned} Ab &= (\sum bi1.ei1) + (\sum bi2.ei2) + \dots + (\sum bi8.ei8) \\ &= 893 + 1011 + 809 + 904 + 917 + 1112 + 966 + 928 \\ &= 7540 \end{aligned}$$

Untuk mengetahui skor sikap secara umum adalah dengan cara menjumlah total skor sikap keseluruhan sesuai jumlah responden dengan perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} \text{Skor minimum} &= (\text{skor min.bi} \times \text{skor min.ei} \times \sum \text{responden}) \times \\ &\quad \sum \text{pernyataan} \\ &= (1 \times 1 \times 100) \times 8 = 800 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor maksimum} &= (\text{skor maks.bi} \times \text{skor maks.ei} \times \sum \text{responden}) \times \\ &\quad \sum \text{pernyataan} \\ &= (4 \times 4 \times 100) \times 8 \\ &= 12800 \end{aligned}$$

Sehingga didapat Range sebesar : $12800 - 800 = 12000$.

Dengan interval : $12000 / 4 = 3000$

Dengan demikian kriteria indek sikap yang terbentuk adalah :

- a. 1 – 3000 = Sangat Negatif
- b. 3001 – 6000 = Negatif
- c. 6001 – 9000 = Positif
- d. 9001 – 12000 = Sangat Positif

Berdasarkan hasil perhitungan indeks sikap diperoleh nilai sebesar 7540, dan indeks sikap tersebut berada pada rentang antara 6001 - 9000.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut yang mengenai Hotel Puri Artha adalah positif. Berdasarkan hasil perhitungan indeks sikap tersebut dapat disusun rangking atribut dari nilai indeks tertinggi hingga terendah yaitu:

1. Pelayanan yang memuaskan dari segenap karyawan.
2. Harga yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan.
3. Prosedur *check in* yang cepat.
4. Prosedur *check out* yang cepat.
5. Pelayanan pada jam tamu istirahat (pk. 21.00 s/d 05.00).
6. Kamar yang bersih dan nyaman.
7. Harga yang lebih murah daripada hotel lain.
8. Tersedianya fasilitas kolam renang.

4.4.2 Analisis Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi

Analisis Kai Kuadrat digunakan untuk mengetahui ada tidaknya perbedaan sikap antar variabel penelitian, yang dapat pula digunakan untuk menguji suatu hipotesis. Sedangkan Koefisien Kontingensi digunakan untuk mengetahui erat tidaknya hubungan antar variabel, dengan cara membandingkan dengan KK maksimum. Adapun kriteria erat tidaknya hubungan dilihat dari selisih KK dengan KK maksimum pada rentang 0,01 hingga 0,99 yang terbagi dalam kategori:

- a. $0,01 - 0,255$ = Sangat Erat
- b. $0,256 - 0,501$ = Erat
- c. $0,502 - 0,747$ = Tidak Erat

d. $0,748 - 0,99 =$ Sangat Tidak Erat

4.4.2.1 Hubungan Jenis Pekerjaan dengan Harga Kamar Lebih Murah

Tabel 4.4.2.1

Pendapat responden tentang Pekerjaan & Harga Kamar Yang Lebih Murah

Jenis Pekerjaan	Harga Kamar Lebih Murah Dibandingkan Hotel Lain							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
PNS	2	2%	7	7%	9	9%	18	18%
Pegawai Swasta	17	17%	19	19%	8	8%	44	44%
Wiraswasta	12	12%	19	19%	7	7%	38	38%
Total	31	31%	45	45%	24	24%	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil, menyatakan Sangat Setuju terhadap pernyataan bahwa harga/tarif kamar di Hotel Puri Artha lebih murah dibandingkan dengan hotel lain, yaitu berjumlah 9 responden (9%). Untuk responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 19 responden (19%). Sedangkan responden yang bekerja sebagai wiraswasta mayoritas menyatakan Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 19 responden (19%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 45 responden (45%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

H_0 : Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan harga/tarif kamar yang lebih murah dibanding hotel lain.

Ha : Ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan harga/tarif kamar yang lebih murah dibanding hotel lain.

2. Taraf signifikansi = 5 %.
3. Ketentuan pengujian :
 - a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak
 - b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima
4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 9,705 dengan besar probabilitas 0,046. Besar probabilitas $< \alpha = 5\%$ ($0,046 < 0,05$), maka Ho ditolak. Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan adanya perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan harga kamar yang lebih murah dibanding hotel lain .

Analisis Koefisien Kontingensi

Untuk menguji tingkat keeratan hubungan antar variabel maka dilakukan analisis Koefisien Kontingensi terhadap kedua variabel tersebut. Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,297. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Sehingga : $Kkmaks - KK = 0,82 - 0,297 = 0,523$

Nilai $KK_{maks} - KK$ sebesar 0,523 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara jenis pekerjaan dengan harga/tarif kamar yang lebih murah di hotel Puri Artha dibanding hotel lain adalah tidak erat.

4.4.2.2 Hubungan Jenis Pekerjaan Dengan Harga Sesuai Fasilitas

Tabel 4.4.2.2
Pendapat responden tentang Jenis Pekerjaan & Harga Sesuai Fasilitas

Jenis Pekerjaan	Harga Yang Sesuai dengan Fasilitas Yang Ditawarkan							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
PNS	2	2%	7	7%	9	9%	18	18%
Pegawai Swasta	11	11%	24	24%	9	9%	44	44%
Wiraswasta	7	7%	20	20%	11	11%	38	38%
Total	20	20%	51	51%	29	29%	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang bekerja sebagai PNS, menyatakan sangat setuju terhadap pernyataan bahwa harga/tarif Hotel Puri Artha sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan, yaitu berjumlah 9 responden (9%). Untuk responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 24 responden (24%). Sedangkan responden yang bekerja sebagai wiraswasta mayoritas menyatakan Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 20 responden (20%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 51 responden (51%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan harga sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan.

Ha : Ada perbedaan sikap antara jenis pekerja dengan harga sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 5,800 dengan besar probabilitas 0,215. Besar probabilitas $> \alpha = 5 \% (0,215 > 0,05)$, maka Ho diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan harga yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,234. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

$$\begin{aligned} \text{Sehingga : } \quad Kk_{\text{maks}} - KK &= 0,82 - 0,234 \\ &= 0,586 \end{aligned}$$

Nilai $Kk_{\text{maks}} - KK$ sebesar 0,586 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara jenis pekerjaan dengan harga yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan adalah tidak erat.

4.4.2.3 Hubungan Jenis Pekerjaan dengan Fasilitas Kolam Renang

Tabel 4.4.2.3
Pendapat responden tentang Jenis Pekerjaan & Fasilitas Kolam Renang

Jenis Pekerjaan	Fasilitas Kolam Renang							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
PNS	3	3%	7	7%	8	8%	18	18%
Pegawai Swasta	18	18%	15	15%	11	11%	44	44%
Wiraswasta	15	15%	19	19%	4	4%	38	38%
Total	36	36%	41	41%	23	23%	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang bekerja sebagai PNS menyatakan Sangat Setuju terhadap pernyataan bahwa fasilitas kolam renang penting keberadaannya, yaitu berjumlah 8 responden (8%). Untuk responden yang bekerja sebagai Pegawai Swasta sebagian besar menyatakan Tidak Setuju yaitu sebanyak 18 responden (18%). Sedangkan responden yang bekerja sebagai wiraswasta mayoritas menyatakan Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 19 responden (19%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 41 responden (41%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

H_0 : Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kolam renang.

H_a : Ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kolam renang.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 9,280 dengan besar probabilitas 0,044. Besar probabilitas $< \alpha = 5\%$ ($0,044 > 0,05$), maka H_0 ditolak. Dengan demikian ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kolam renang.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,299. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

$$\begin{aligned} \text{Sehingga : } \quad Kk_{\text{maks}} - KK &= 0,82 - 0,299 \\ &= 0,521 \end{aligned}$$

Nilai $Kk_{\text{maks}} - KK$ sebesar 0,521 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kolam renang adalah tidak erat.

4.4.2.4 Hubungan Jenis Pekerjaan Dengan Kamar Yang Bersih dan Nyaman

Tabel 4.4.2.4
Pendapat responden tentang Pekerjaan & Kamar Yang Bersih dan Nyaman

Jenis Pekerjaan	Kamar Yang Bersih dan Nyaman							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
PNS	2	2%	7	7%	9	9%	18	18%
Pegawai Swasta	7	7%	22	22%	15	15%	44	44%
Wiraswasta	9	9%	14	14%	15	15%	38	38%
Total	18	18%	43	43%	39	39%	100	100%

Sumber : Data Primer Yang Diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang bekerja sebagai PNS menyatakan Sangat Setuju terhadap pernyataan bahwa kamar yang tersedia di Hotel Puri Artha bersih dan nyaman, yaitu berjumlah 9 responden (9%). Untuk responden yang bekerja sebagai Pegawai Swasta sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 22 responden (22%). Sedangkan responden yang bekerja sebagai wiraswasta mayoritas menyatakan Sangat Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 15 responden (15%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 43 responden (43%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman.

Ha : Ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 3,003 dengan besar probabilitas 0,557. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,557 > 0,05$), maka Ho diterima. Dengan demikian tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,171. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Sehingga : $Kkmaks - KK = 0,82 - 0,171$

$$= 0,649$$

Nilai $KK_{maks} - KK$ sebesar 0,649 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman adalah tidak erat.

4.4.2.5 Hubungan Jenis Pekerjaan dengan Pelayanan Pada Jam Tamu

Istirahat

Tabel 4.4.2.5
Pendapat responden tentang Jenis Pekerjaan & Pelayanan Pada Jam Istirahat

Jenis Pekerjaan	Pelayanan pada jam tamu istirahat							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
PNS	3	3%	3	3%	12	12%	18	18%
Pegawai Swasta	7	7%	18	18%	19	19%	44	44%
Wiraswasta	6	6%	19	19%	13	13%	38	38%
Total	16	16%	40	40%	44	44%	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang bekerja sebagai PNS menyatakan Sangat Setuju terhadap kesiapan pelayanan pada jam tamu istirahat (pk. 21.00 – pk. 5.00) di Hotel Puri Artha, yaitu berjumlah 12 responden (12%). Untuk responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebagian besar menyatakan Sangat Setuju yaitu sebanyak 19 responden (19%). Sedangkan responden yang bekerja sebagai wiraswasta mayoritas menyatakan Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 19 responden (19%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Sangat Setuju yaitu sebanyak 44 responden (44%).

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan pelayanan pada jam tamu istirahat.

Ha : Ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan pelayanan pada jam tamu istirahat.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 6,352 dengan besar probabilitas 0,174. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,174 > 0,05$), maka Ho diterima. Dengan demikian berarti tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan pelayanan pada jam tamu istirahat.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,244. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Sehingga : $Kkmaks - KK = 0,82 - 0,244$

$$= 0,576$$

Nilai $KK_{maks} - KK$ sebesar 0,576 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara jenis pekerjaan dengan pelayanan pada jam tamu istirahat adalah tidak erat.

4.4.2.6 Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Pelayanan Yang Memuaskan

Tabel 4.4.2.6
Pendapat responden tentang Jenis Pekerjaan & Pelayanan Yang Memuaskan

Jenis Pekerjaan	Pelayanan Yang Memuaskan					
	S	%	SS	%	Total	%
PNS	7	7%	11	11%	18	18%
Pegawai Swasta	17	17%	27	27%	44	44%
Wiraswasta	17	17%	21	21%	38	38%
Total	41	41%	59	59%	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang bekerja sebagai PNS menyatakan sangat setuju terhadap pelayanan yang diberikan di Hotel Puri Artha yang memuaskan, yaitu berjumlah 11 responden (11%). Untuk responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebagian besar menyatakan Sangat Setuju yaitu sebanyak 27 responden (27%). Sedangkan responden yang bekerja sebagai wiraswasta mayoritas menyatakan Sangat Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 21 responden (21%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Sangat Setuju yaitu sebanyak 59 responden (59%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan pelayanan yang memuaskan.

Ha : Ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan pelayanan yang memuaskan.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 0,354 dengan besar probabilitas 0,838. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,838 > 0,05$), maka Ho diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan pelayanan yang memuaskan.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,059. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Sehingga : $Kkmaks - KK = 0,82 - 0,059$

$$= 0,761$$

Nilai $KK_{maks} - KK$ sebesar 0,761 berada pada rentang 0,748 – 0,99 berarti hubungan antara jenis pekerjaan dengan pelayanan pada yang memuaskan adalah sangat tidak erat.

4.4.2.7 Hubungan Jenis Pekerjaan dengan Prosedur *Check In* Yang Cepat.

Tabel 4.4.2.7
Pendapat responden tentang Pekerjaan & Prosedur *Check In* yang cepat

Jenis Pekerjaan	Prosedur Check In Yang Cepat							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
PNS	4	4%	7	7%	7	7%	18	18%
Pegawai Swasta	9	9%	25	25%	10	10%	44	44%
Wiraswasta	7	7%	22	22%	9	9%	38	38%
Total	20	20%	54	54%	26	26%	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang bekerja sebagai PNS menyatakan setuju terhadap prosedur *check in* yang cepat di Hotel Puri Artha, yaitu berjumlah 7 responden (7%). Untuk responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 25 responden (25%). Sedangkan responden yang bekerja sebagai wiraswasta mayoritas menyatakan Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 22 responden (22%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 54 responden (54%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan prosedur *check in* yang cepat.

Ha : Ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan prosedur *check in* yang cepat.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 2,439 dengan besar probabilitas 0,656. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,656 > 0,05$), maka Ho diterima. Dengan demikian tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan prosedur *check in* yang cepat.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,154. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

$$\begin{aligned} \text{Sehingga : } Kkmaks - KK &= 0,82 - 0,154 \\ &= 0,666 \end{aligned}$$

Nilai $KK_{maks} - KK$ sebesar 0,666 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara jenis pekerjaan dengan prosedur *check in* yang cepat adalah tidak erat.

4.4.2.8 Hubungan Jenis pekerjaan Dengan Prosedur *Check Out* Yang Cepat

Tabel 4.4.2.8
Pendapat responden tentang Pekerjaan & Prosedur *Check Out* Yang Cepat

Jenis Pekerjaan	Prosedur <i>Check Out</i> Yang Cepat					
	S	%	SS	%	Total	%
PNS	8	8%	10	10%	18	18%
Pegawai Swasta	30	30%	14	14%	44	44%
Wiraswasta	20	20%	18	18%	38	38%
Total	58	58%	42	42%	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden yang bekerja sebagai PNS menyatakan sangat setuju terhadap prosedur check out di Hotel Puri Artha yang cepat, yaitu berjumlah 10 responden (10%). Untuk responden yang bekerja sebagai pegawai swasta sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 30 responden (30%). Sedangkan responden yang bekerja sebagai wiraswsata mayoritas menyatakan Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 20 responden (20%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 58 responden (58%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan prosedur *check out* yang cepat

Ha : Ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan prosedur *check out* yang cepat.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

- a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak
- b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 3,680 dengan besar probabilitas 0,159. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,159 < 0,05$), maka Ho diterima. Dengan demikian berarti tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan prosedur *check out* yang cepat.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,188. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

$$\begin{aligned} \text{Sehingga : } Kkmaks - KK &= 0,82 - 0,188 \\ &= 0,632 \end{aligned}$$

Nilai $KK_{maks} - KK$ sebesar 0,632 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara jenis pekerjaan dengan prosedur *check out* yang cepat adalah tidak erat.

4.4.2.9 Hubungan antara Pendapatan dengan Harga Yang Lebih Murah

Tabel 4.4.2.9
Pendapat responden tentang Pendapatan & Harga Yang Lebih Murah

Karakteristik Pendapatan	Harga Yang Lebih Murah Dibandingkan Hotel Lain							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
< Rp.1juta	10	10%	6	6%	4	4%	20	20%
Rp.1juta–Rp.2juta	10	10%	18	18%	8	8%	36	36%
>Rp.2 juta	11	11%	21	21%	12	12%	44	44%
Total	31	31%	45	45%	24	24%	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000,- menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan bahwa harga kamar Hotel Puri Artha lebih murah dibandingkan dengan hotel lain, yaitu berjumlah 10 responden (10%). Untuk responden berpendapatan antara Rp.1.000.000,- hingga Rp.2.000.000 sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 18 responden (18%). Sedangkan responden berpendapatan lebih dari Rp1.000.000,- mayoritas menyatakan Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 21 responden (21%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 45 responden (45%)

Pengujian hipotesis

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan harga kamar yang lebih murah dibanding hotel lain.

Ha : Ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan harga kamar yang lebih murah dibanding hotel lain.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 4,610 dengan besar probabilitas 0,330. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,330 > 0,05$), maka Ho diterima. Dengan demikian berarti tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan harga kamar yang lebih murah dibanding hotel lain.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,210. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

Sehingga : $Kkmaks - KK = 0,82 - 0,210$

$$= 0,610$$

Nilai $KK_{maks} - KK$ sebesar 0,610 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara tingkat pendapatan dengan harga/tarif yang lebih murah dibanding hotel lain adalah tidak erat.

4.4.2.10 Hubungan Tingkat Pendapatan Dengan Harga Sesuai Fasilitas

Tabel 4.4.2.10
Pendapat responden tentang Pendapatan & Harga Kamar Sesuai Fasilitas

Karakteristik Pendapatan	Harga Kamar Sesuai Fasilitas Yang Ditawarkan							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
< Rp.1juta	5	5%	9	9%	6	6%	20	20%
Rp.1juta–Rp.2juta	8	8%	22	22%	6	6%	36	36%
>Rp.2 juta	7	7%	20	20%	17	17%	44	44%
Total	20	20%	51	51%	29	29%	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000,- menyatakan Setuju terhadap pernyataan bahwa harga kamar Hotel Puri Artha sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan, yaitu berjumlah 9 responden (9%). Untuk responden berpendapatan antara Rp.1.000.000,- hingga Rp.2.000.000 sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 22 responden (22%). Sedangkan responden berpendapatan lebih dari Rp. 1.000.000,- mayoritas menyatakan Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 20 responden (20%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 51 responden (51%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan harga kamar yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan.

Ha : Ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan harga kamar yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

- a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak
- b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 5,139 dengan besar probabilitas 0,273. Besar probabilitas $> \alpha = 5 \% (0,273 > 0,05)$, maka Ho diterima. Dengan demikian tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan harga kamar yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,221. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

$$\begin{aligned} \text{Sehingga : } \quad Kk_{\text{maks}} - KK &= 0,82 - 0,221 \\ &= 0,599 \end{aligned}$$

Nilai $Kk_{\text{maks}} - KK$ sebesar 0,599 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara tingkat pendapatan dengan harga/tarif yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan adalah tidak erat.

4.4.2.11 Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Fasilitas Kolam Renang.

Tabel 4.4.2.11
Pendapat responden tentang Pendapatan & Fasilitas Kolam Renang

Karakteristik Pendapatan	Fasilitas Kolam Renang							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
< Rp.1juta	10	10%	6	6%	4	4%	20	20%
Rp.1juta–Rp.2juta	12	12%	14	14%	10	10%	36	36%
>Rp.2 juta	14	14%	21	21%	9	9%	44	44%
Total	36	36%	41	41%	23	23%	100	100%

Sumber : Data Primer Yang diolah

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000,- menyatakan tidak setuju terhadap pernyataan bahwa fasilitas kolam renang penting keberadaannya, yaitu berjumlah 10 responden (10%). Untuk responden berpendapatan antara Rp.1.000.000,- hingga Rp.2.000.000 sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 14 responden (14%). Sedangkan responden berpendapatan lebih dari Rp. 1.000.000,- mayoritas menyatakan Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 21 responden (21%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 41 responden (41%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

H_0 : Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kolam renang.

H_a : Ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kolam renang.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 3,048 dengan besar probabilitas 0,550. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,550 > 0,05$), maka H_0 diterima. Dengan demikian tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kolam renang.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,172. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

$$\begin{aligned} \text{Sehingga : } \quad Kk_{\text{maks}} - KK &= 0,82 - 0,172 \\ &= 0,648 \end{aligned}$$

Nilai $Kk_{\text{maks}} - KK$ sebesar 0,648 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara tingkat pendapatan dengan kesempatan konsumen menggunakan fasilitas kolam renang adalah tidak erat.

4.4.2.12 Hubungan Tingkat Pendapatan Dengan Kamar Yang Bersih dan Nyaman.

Tabel 4.4.2.12
Pendapat responden tentang Pendapatan & Kamar Yang Bersih dan Nyaman

Karakteristik	Tersedia Fasilitas Kolam Renang							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
< Rp.1juta	4	4%	9	9%	7	7%	20	20%
Rp.1juta–Rp.2juta	7	7%	19	19%	10	10%	36	36%
>Rp.2 juta	7	7%	15	15%	22	22%	44	44%
Total	18	18%	43	43%	19	19%	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000,- menyatakan Setuju terhadap pernyataan kamar yang tersedia di Hotel Puri Artha bersih dan nyaman, yaitu berjumlah 9 responden (9%). Untuk responden berpendapatan antara Rp.1.000.000,- hingga Rp.2.000.000 sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 19 responden (19%). Sedangkan responden berpendapatan lebih dari Rp. 1.000.000,- mayoritas menyatakan Sangat Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 22 responden (22%). Sedangkan

secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 43 responden (43%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman.

Ha : Ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 4,434 dengan besar probabilitas 0,350. Besar probabilitas $> \alpha = 5 \% (0,350 > 0,05)$, maka Ho diterima yang berarti tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,206. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

$$\begin{aligned} \text{Sehingga : } Kk\text{maks} - KK &= 0,82 - 0,206 \\ &= 0,614 \end{aligned}$$

Nilai $KK\text{maks} - KK$ sebesar 0,614 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman adalah tidak erat.

4.4.2.13 Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Pelayanan Pada Jam Tamu Istirahat.

Tabel 4.4.2.13
Pendapat responden tentang Pendapatan & Pelayanan Pada jam Istirahat

Karakteristik Pendapatan	Pelayanan pada jam tamu istirahat							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
< Rp.1juta	4	4%	9	9%	7	7%	20	20%
Rp.1juta–Rp.2juta	5	5%	18	18%	13	13%	36	36%
>Rp.2 juta	7	7%	13	13%	24	24%	44	44%
Total	16	16%	40	40%	44	44%	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000,- menyatakan setuju terhadap kesiapan pelayanan pada jam tamu istirahat (pk. 21.00 – pk. 5.00) di Hotel Puri Artha, yaitu berjumlah 9 responden (9%). Untuk responden berpendapatan antara Rp.1.000.000,- hingga Rp.2.000.000 sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 18 responden (18%). Sedangkan responden berpendapatan lebih dari Rp. 1.000.000,- mayoritas menyatakan

Sangat Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 24 responden (24%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Sangat Setuju yaitu sebanyak 44 responden (44%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan pelayanan pada jam tamu istirahat.

Ha : Ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan pelayanan pada jam tamu istirahat.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 4,517 dengan besar probabilitas 0,341. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,341 > 0,05$), maka Ho diterima. Berarti tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan pelayanan pada jam tamu istirahat.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,208. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

$$\begin{aligned} \text{Sehingga : } Kk\text{maks} - KK &= 0,82 - 0,208 \\ &= 0,612 \end{aligned}$$

Nilai $KK\text{maks} - KK$ sebesar 0,612 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara tingkat pendapatan dengan pelayanan pada jam tamu istirahat adalah tidak erat.

4.4.2.14 Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Pelayanan Yang Memuaskan

Tabel 4.4.2.14
Pendapat responden tentang Pendapatan & Pelayanan Yang Memuaskan

Karakteristik pendapatan	Pelayanan Yang Memuaskan					
	S	%	SS	%	Total	%
< Rp. 1 juta	9	9%	11	11%	20	20%
Rp. 1 juta–Rp. 2 juta	17	17%	19	19%	36	36%
> Rp. 1 juta	15	15%	29	29%	44	44%
	41	41%	59	59%	100	100%

Sumber : Data primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000,- menyatakan Sangat setuju terhadap pelayanan yang diberikan di Hotel Puri Artha memuaskan, yaitu berjumlah 11 responden (11%). Untuk responden berpendapatan antara Rp.1.000.000,- hingga Rp.2.000.000 sebagian besar menyatakan Sangat Setuju yaitu sebanyak 19 responden (19%). Sedangkan responden berpendapatan lebih dari Rp. 1.000.000,- mayoritas menyatakan Sangat Setuju terhadap pernyataan tersebut, yaitu sebanyak 29 responden (29%).

Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Sangat Setuju yaitu sebanyak 59 responden (59%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

H_0 : Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan pelayanan yang memuaskan.

H_a : Ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan pelayanan yang memuaskan.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 1,577 dengan besar probabilitas 0,455. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,455 > 0,05$), maka H_0 diterima. Berarti tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan pelayanan yang memuaskan.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,125. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$\begin{aligned} \text{KK maks} &= \sqrt{\frac{m-1}{m}} \\ \text{KK maks} &= \sqrt{\frac{3-1}{3}} \end{aligned}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

$$\text{Sehingga : } Kk\text{maks} - KK = 0,82 - 0,125$$

$$= 0,695$$

Nilai $KK\text{maks} - KK$ sebesar 0,695 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara tingkat pendapatan dengan pelayanan pada yang memuaskan adalah tidak erat.

4.4.2.15 Hubungan Tingkat Pendapatan dengan Prosedur *Check In* Yang Cepat.

Tabel 4.4.2.15
Pendapat responden tentang Pendapatan & Prosedur *Check In* yang cepat

Karakteristik Pendapatan	Prosedur <i>Check In</i> Yang Cepat							
	TS	%	S	%	SS	%	Total	%
< Rp.1juta	2	2%	14	14%	4	4%	20	20%
Rp.1juta–Rp.2juta	6	6%	20	20%	10	10%	36	36%
>Rp.2 juta	12	12%	20	20%	12	12%	44	44%
Total	20	20%	54	54%	26	26%	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000,- menyatakan setuju terhadap prosedur check in yang cepat di Hotel Puri Artha, yaitu berjumlah 14 responden (14%). Untuk responden berpendapatan antara Rp.1.000.000,- hingga Rp.2.000.000 sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 20 responden (20%). Sedangkan responden berpendapatan lebih dari Rp. 1.000.000,- mayoritas menyatakan Setuju terhadap pernyataan tersebut,

yaitu sebanyak 20 responden (20%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 54 responden (54%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

Ho : Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan prosedur *check in* yang cepat.

Ha : Ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan prosedur *check in* yang cepat.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka Ho ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka Ho diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 4,271 dengan besar probabilitas 0,371. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,371 > 0,05$), maka Ho diterima yang berarti tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan prosedur *check in* yang cepat.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,202. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{3-1}{3}}$$

$$KK \text{ maks} = \sqrt{0,67} = 0,82$$

$$\begin{aligned} \text{Sehingga : } Kk\text{maks} - KK &= 0,82 - 0,202 \\ &= 0,618 \end{aligned}$$

Nilai $KK\text{maks} - KK$ sebesar 0,618 berada pada rentang 0,502 – 0,747 berarti hubungan antara tingkat pendapatan dengan prosedur *check in* yang cepat adalah tidak erat.

4.4.2.16 Hubungan Tingkat Pendapatan Dengan Prosedur *Check Out* Yang Cepat.

Tabel 4.4.2.16
Pendapat responden tentang Pendapatan & Prosedur *Check Out* Yang Cepat

Karakteristik pendapatan	Prosedur <i>Check Out</i> Yang Cepat					
	S	%	SS	%	Total	%
< Rp. 1 juta	16	16%	4	4%	20	20%
Rp. 1 juta–Rp. 2 juta	22	22%	14	14%	36	36%
> Rp. 1 juta	20	20%	24	24%	44	44%
	58	58%	42	42%	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah.

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden berpendapatan kurang dari Rp.1.000.000,- menyatakan setuju terhadap prosedur *check out* di Hotel Puri Artha yang cepat, yaitu berjumlah 16 responden (16%). Untuk responden berpendapatan antara Rp.1.000.000,- hingga Rp.2.000.000 sebagian besar menyatakan Setuju yaitu sebanyak 22 responden (22%). Sedangkan responden berpendapatan lebih dari Rp 1.000.000,- mayoritas menyatakan Sangat Setuju terhadap pernyataan

tersebut, yaitu sebanyak 24 responden (24%). Sedangkan secara keseluruhan responden menyatakan Setuju yaitu sebanyak 58 responden (58%)

Pengujian hipotesis :

1. Hipotesis

H_0 : Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan prosedur *check out* yang cepat

H_a : Ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan prosedur *check out* yang cepat.

2. Taraf signifikansi = 5 %.

3. Ketentuan pengujian :

a. Jika probabilitas $\leq \alpha$, maka H_0 ditolak

b. Jika probabilitas $> \alpha$, maka H_0 diterima

4. Hasil pengujian :

Nilai Chi Square = 6,960 dengan besar probabilitas 0,031. Besar probabilitas $> \alpha = 5\%$ ($0,031 < 0,05$), maka H_0 ditolak. Dengan demikian berarti ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan prosedur *check out* yang cepat.

Analisis Koefisien Kontingensi

Dari hasil pengolahan data (terlampir) dapat diketahui besar Koefisien Kontingensi (KK) adalah 0,255. Sedangkan harga Koefisien Kontingensi Maksimum (Kkmaks) dihitung sebagai berikut:

$$KK \text{ maks} = \sqrt{\frac{m-1}{m}}$$

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya, penelitian mengenai Analisis Sikap Konsumen Terhadap Atribut Hotel Puri Artha dapat ditarik beberapa kesimpulan antara lain:

1. Berdasarkan karakteristik Jenis Pekerjaan dapat diketahui bahwa mayoritas responden yang menginap di hotel Puri Artha adalah pegawai swasta yakni sebanyak 44 responden. Kemudian untuk peringkat kedua diikuti oleh responden yang bekerja sebagai wiraswasta yakni sebanyak 38 responden. Berikutnya adalah responden yang bekerja sebagai Pegawai Negeri Sipil yaitu berjumlah 18 responden.
2. Berdasarkan karakteristik tingkat penghasilan dapat diketahui bahwa mayoritas responden berpenghasilan lebih dari Rp. 2.000.000,- berjumlah 44 responden. Kemudian diikuti oleh responden yang berpenghasilan antara Rp. 1.000.000,- hingga Rp. 2.000.000,- sebanyak 36 responden dan yang berpendapatan di bawah Rp.1.000.000 sebanyak 20 responden. Dengan demikian dapat diketahui bahwa sebagian besar responden cenderung berasal dari masyarakat menengah atas.
3. Berdasarkan hasil perhitungan indeks sikap diperoleh nilai indeks sikap sebesar 7540 dan indeks tersebut menunjukkan bahwa sikap konsumen terhadap atribut hotel Puri Artha adalah positif.

4. Nilai indeks sikap tertinggi adalah pelayanan yang memuaskan yang diberikan oleh segenap karyawan dengan nilai indeks sikap 1112. Dengan demikian dapat diketahui bahwa pelayanan merupakan atribut yang dominan berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam menginap di Hotel Puri Artha Yogyakarta. Sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa atribut pelayanan merupakan atribut yang paling dominan berpengaruh terhadap sikap konsumen dalam menginap di Hotel Puri Artha dinyatakan diterima.
5. Berdasarkan hasil Uji Kai Kuadrat dapat diketahui bahwa :
 - a. Terdapat perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan harga kamar yang lebih murah dibanding hotel lain, dengan nilai Kai Kuadrat 9,705.
 - b. Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan harga sesuai dengan fasilitas ditawarkan, dengan nilai Kai Kuadrat 5,800.
 - c. Ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kolam renang, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 9,280.
 - d. Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 3,003.
 - e. Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel pada saat jam tamu istirahat, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 6,352.

- f. Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan pelayanan yang memuaskan, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 0,354.
- g. Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan prosedur check in yang cepat, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 2,439.
- h. Tidak ada perbedaan sikap antara jenis pekerjaan dengan prosedur check out yang cepat, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 3,003.
- i. Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan harga kamar yang lebih murah dibanding hotel lain, dengan nilai Kai Kuadrat 4,610.
- j. Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan harga sesuai dengan fasilitas ditawarkan, dengan nilai Kai Kuadrat 5,139.
- k. Ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kolam renang, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 3,048..
- l. Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 4,434.
- m. Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan pelayanan yang diberikan oleh karyawan hotel pada saat jam tamu istirahat, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 4,317.
- n. Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan pelayanan yang memuaskan, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 1,577.
- o. Tidak ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan prosedur check in yang cepat, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar. 4,271.

- p. Ada perbedaan sikap antara tingkat pendapatan dengan prosedur check out yang cepat, dengan nilai Kai Kuadrat sebesar 6,96.
5. Berdasarkan hasil analisis Koefisien Kontingensi dapat diketahui bahwa:
- a. Tidak ada hubungan yang erat antara jenis pekerjaan dengan harga kamar yang lebih murah dibanding hotel lain, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,523.
 - b. Tidak ada hubungan yang erat antara jenis pekerjaan dengan harga yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,234.
 - c. Tidak ada hubungan yang erat antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kolam renang, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,299.
 - d. Tidak ada hubungan yang erat antara jenis pekerjaan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,171.
 - e. Tidak ada hubungan yang erat antara jenis pekerjaan dengan pelayanan pada jam tamu istirahat dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,244.
 - f. Tidak ada hubungan yang erat antara jenis pekerjaan dengan pelayanan yang memuaskan, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,059.
 - g. Tidak ada hubungan yang erat antara jenis pekerjaan dengan prosedur check in yang cepat, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,154.
 - h. Tidak ada hubungan yang erat antara jenis pekerjaan dengan prosedur check out yang cepat, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,188.

- i. Tidak ada hubungan yang erat antara tingkat pendapatan dengan harga kamar yang lebih murah dibanding hotel lain, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,210.
- j. Tidak ada hubungan yang erat antara tingkat pendapatan dengan harga sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,221.
- k. Tidak ada hubungan yang erat antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kolam renang, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,172.
- l. Tidak ada hubungan yang erat antara tingkat pendapatan dengan fasilitas kamar yang bersih dan nyaman, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,206.
- m. Tidak ada hubungan yang erat antara tingkat pendapatan dengan pelayanan pada jam tamu istirahat dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,208.
- n. Tidak ada hubungan yang erat antara tingkat pendapatan dengan pelayanan yang memuaskan, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,125.
- o. Tidak ada hubungan yang erat antara tingkat pendapatan dengan prosedur check in yang cepat, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,202.
- p. Tidak ada hubungan yang erat antara tingkat pendapatan dengan prosedur check out yang cepat, dengan nilai Koefisien Kontingensi 0,255.

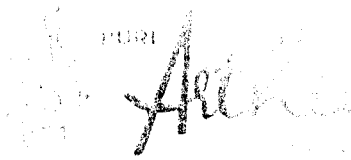
5.2 Saran-saran

Setelah memperhatikan kesimpulan di atas, berikut ini beberapa saran yang mungkin dapat berguna sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan kinerja Hotel Puri Artha Yogyakarta, antara lain:

- a. Mengingat bahwa setelah dilakukan penelitian dapat diketahui bahwa sikap konsumen terhadap atribut hotel Puri Artha adalah positif. Oleh karena itu perlu dilakukan “maintenance” atau pemeliharaan terhadap fasilitas-fasilitas yang tersedia dengan baik dan terjadwal, sehingga dapat digunakan secara optimal setiap saat.
- b. Pemberian pelatihan atau training yang terencana untuk meningkatkan dan menjaga “performance” segenap staf dan karyawan hotel agar selalu siap dalam menjalankan tugas dan kewajibannya.
- c. Pada jangka waktu tertentu, perusahaan dapat mengadakan “outbond” atau semacam acara “refressing” yang ditujukan kepada segenap staf dan karyawannya supaya tetap terjaga “performance” maupun loyalitas karyawan dalam bekerja. Karena sebagian besar aktivitas yang dilakukan oleh karyawan berhubungan langsung dengan pelayanan yang diberikannya kepada pelanggan hotel.
- d. Pengaturan shift jaga secara teratur dan disiplin dalam memberikan pelayanan kepada segenap tamu setiap saat termasuk pada waktu efektif bagi tamu untuk beristirahat.

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari (1992). *Statistika Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Jakarta : Erlangga
- Cahyono, Andi (2001). *Analisis Sikap Konsumen dalam pengambilan keputusan pembelian produk PT. Coca Cola Amatil Indonesia*. Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan). Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UII.
- Kotler, Philip (1997). *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Mustofa, Aris (2002). *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Tegel Keramik di Kawasan Perumahan KPR Selosari, Magetan*. Skripsi Sarjana (tidak dipublikasikan). Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UII.
- Setiadi. Nugroho. J. (2003). *Perilaku Konsumen*. Jakarta : Kencana
- Sugiyono & Eri Wibowo. (2002). *Statistika untuk Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS 10.0 for Windows*. Cetakan Kedua. Bandung : Alfabeta.
- Swasta, Basu dan Irawan (1986), *Manajemen Pemasaran Modern*. Edisi ketiga. Yogyakarta : Liberty
- Swasta, Basu dan T. Hani Handoko (1997), *Manajemen Pemasaran, Perilaku Konsumen*, Edisi Revisi. Yogyakarta : Liberty
- Walgito, Bimo (1983), *Psycology Sosial, Suatu pengantar*, Edisi Revisi. Yogyakarta : Yayasan Penerbit Fakultas Psycologi UGM.



Jalan Cendrawasih No. 36; Phn: (0274) 563288; Fax: (0274) 562765;
E-mail: puriartha@idola.net.id; Web: www.puriartha.co.id.
Yogyakarta 55281 - Indonesia

SURAT KETERANGAN
NO:U11/Pers/PAH/1/2005

Dengan ini manajemen Hotel Puri Artha menerangkan dengan sesungguhnya bahwa yang tersebut dibawah ini :



Nama : Erwin kuntowijaya
Nim : 00311426
Fakultas/Jurusan : Manajemen
Perguruan Tinggi/Akademi : Universitas Islam Indonesia

Telah melakukan penelitian di Hotel Puri Artha pada bulan Desember 2004.

Demikian surat keterangan ini untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 7 Januari 2005

Hormat kami



I Wayan Sukirna, SH
Personalia Manager

Kepada Yth.

Bpk./Ibu/Sdr/i

Di tempat

Dengan Hormat,

Perkenankanlah saya memohon kesediaan waktu luang anda untuk mengisi kuisisioner ini dalam rangka penelitian mengenai “Analisis Sikap Konsumen terhadap Atribut Hotel Puri Artha Yogyakarta”, yang diselenggarakan dalam rangka menyusun tugas akhir skripsi di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. Jawaban yang obyektif sangat saya perlukan untuk menjamin keakuratan dan kesuksesan penelitian ini.

Demikian kuisisioner ini saya ajukan. Atas bantuan dan kerjasama yang anda berikan kami ucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, 8 November 2004

Peneliti

(Erwin Kunto Wijaya)

DATA RESPONDEN

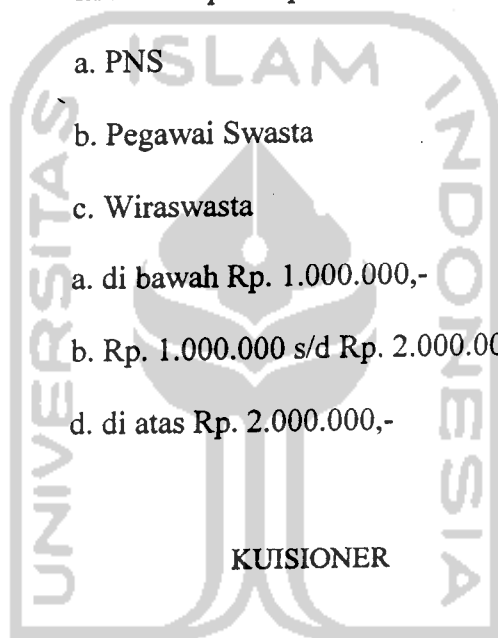
Nama :

.....

Jenis Kelamin : laki-laki / perempuan

Pekerjaan : a. PNS
b. Pegawai Swasta

Penghasilan : c. Wiraswasta
a. di bawah Rp. 1.000.000,-
b. Rp. 1.000.000 s/d Rp. 2.000.000
d. di atas Rp. 2.000.000,-



I. Tingkat Keyakinan Responden Terhadap Atribut Hotel Puri Artha Yogyakarta.

1. Saya yakin menginap di Hotel Puri Artha dengan harga yang lebih murah dari hotel yang lain di kelasnya.
a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
2. Saya yakin menginap di Hotel Puri Artha dengan harga yang sesuai dengan fasilitas yang ditawarkan.
a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

3. Saya yakin dapat menggunakan fasilitas kolam renang yang tersedia di Hotel Puri Artha.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
4. Saya yakin mendapatkan kamar yang bersih dan nyaman di Hotel Puri Artha .
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
5. Di Hotel Puri Artha saya yakin mendapatkan pelayanan dari karyawan hotel pada jam tamu istirahat (pukul 21.00 s/d pk.05.00).
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
6. Saya yakin mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari segenap karyawan di Hotel Puri Artha.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
7. Pada saat check in di Hotel Puri Artha saya yakin dihadapkan pada prosedur administrasi yang cepat.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
8. Pada saat check out Hotel Puri Artha saya yakin dihadapkan pada prosedur administrasi yang cepat.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

II. Tingkat Evaluasi Responden Terhadap Atribut Hotel Puri Artha Yogyakarta.

1. Menginap di hotel dengan harga yang murah penting bagi saya.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

2. Menginap di hotel dengan harga yang sesuai dengan fasilitas yang diberikan penting bagi saya.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
3. Menggunakan fasilitas kolam renang di hotel tempat saya menginap penting bagi saya.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
4. Mendapatkan kamar yang bersih dan nyaman saat menginap di hotel penting bagi saya.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
5. Mendapatkan pelayanan dari karyawan pada jam tamu istirahat (pk.21.00 s/d 05.00) penting bagi saya.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
6. Mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari segenap karyawan hotel penting bagi saya.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
7. Prosedur administrasi pada saat check in di hotel yang cepat penting bagi saya.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju
8. Prosedur administrasi pada saat check out di hotel yang cepat penting bagi saya.
- a. Sangat Setuju b. Setuju c. Tidak Setuju d. Sangat Tidak Setuju

~TERIMA KASIH~

Frequencies

Statistics

		Jenis Pekerjaan	Tingkat Pendapatan
N	Valid	100	100
	Missing	0	0

Frequency Table

Jenis Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	18	18,0	18,0	18,0
	Pegawai Swasta	44	44,0	44,0	62,0
	Wiraswasta	38	38,0	38,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Tingkat Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 1 juta	20	20,0	20,0	20,0
	Rp. 1juta - Rp.2 juta	36	36,0	36,0	56,0
	> Rp. 3 juta	44	44,0	44,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Tabulasi Jawaban Responden Terhadap Atribut Hotel Puri Artha Yogyakarta

Resp.	bi1	bi2	bi3	bi4	bi5	bi6	bi7	bi8	ei1	ei2	ei3	ei4	ei5	ei6	ei7	ei8
1	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	4	3	3	3	4
2	4	4	3	3	3	3	4	1	4	3	4	4	3	3	3	4
3	3	4	3	2	1	3	3	2	3	4	3	4	4	4	4	4
4	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
5	3	3	3	3	4	4	3	2	3	2	3	3	2	4	3	3
6	3	4	2	4	2	3	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3
7	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3
8	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	2	4
9	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3
10	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
11	3	4	3	3	2	3	4	3	3	4	3	2	4	4	2	3
12	3	3	2	2	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3
13	4	4	4	2	4	3	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3
14	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4
15	3	3	3	2	4	3	4	4	3	2	2	4	2	4	3	4
16	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	3
17	3	3	3	3	2	3	3	1	2	2	2	3	4	4	4	3
18	3	3	3	3	1	3	3	1	2	3	2	3	4	3	3	4
19	3	3	2	4	2	3	3	3	4	4	2	2	2	4	2	4
20	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4
21	4	3	3	2	3	3	3	4	2	3	2	4	3	4	2	3
22	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	2	3	4	3	3
23	3	3	3	2	2	3	3	1	2	3	2	3	2	4	2	3
24	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	3	3	3	3
25	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	4	4	2	4
26	2	4	3	3	3	4	2	2	3	3	2	4	4	4	3	3
27	4	4	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	4
28	3	3	1	2	3	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3
29	3	3	3	3	1	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
30	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	4	3	3
31	3	4	3	1	2	3	4	3	3	3	3	2	4	4	4	4
32	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	2	4	4	4
33	4	4	4	1	2	3	4	4	4	4	3	3	3	4	2	4
34	3	2	2	2	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	4
35	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	2	3	3	3	3
36	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	4	3	4
37	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
38	3	3	3	3	2	3	3	2	3	4	3	2	4	4	4	4
39	3	3	2	4	3	3	3	1	2	3	2	4	4	4	3	4
40	3	3	3	3	3	3	3	1	2	3	2	3	3	3	4	3
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3
42	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4
43	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
44	3	4	3	3	3	3	4	2	2	2	2	3	4	4	3	3
45	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3
46	3	3	4	4	2	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3	3
47	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3
48	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
49	2	3	3	3	2	3	3	2	4	3	4	3	3	3	3	3
50	2	3	3	3	2	4	4	1	3	3	4	3	2	3	3	3

51	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	4	2	3
52	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	4	3	3
53	3	4	4	4	4	2	2	2	2	3	2	4	4	4	3	3
54	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	2	4
55	3	2	3	3	1	4	3	2	2	2	2	3	2	4	3	3
56	4	4	3	3	3	3	4	1	3	3	2	3	4	3	2	3
57	3	4	3	2	1	3	3	2	4	4	3	4	4	4	3	3
58	3	3	3	3	2	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4
59	3	3	3	3	4	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3
60	3	4	2	3	2	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3
61	4	3	2	3	3	3	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3
62	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4
63	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
64	4	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4
65	3	4	3	3	2	3	4	3	2	3	2	3	3	3	3	3
66	3	3	2	2	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	3	3
67	4	4	4	2	4	3	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3
68	3	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3
69	3	3	3	2	4	3	4	4	2	3	2	2	3	4	3	3
70	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3
71	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
72	3	3	3	3	1	3	3	2	3	3	4	4	4	4	3	3
73	3	3	2	4	2	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4
74	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	3
75	4	3	3	2	3	3	3	4	2	2	2	4	3	4	3	3
76	3	4	3	3	3	3	4	2	3	2	3	4	2	4	4	4
77	3	3	3	2	2	3	3	1	2	3	2	3	4	4	3	4
78	2	2	2	2	2	2	2	2	3	4	3	3	4	4	4	3
79	2	3	2	2	3	3	3	2	2	4	2	3	4	3	3	4
80	2	4	3	3	3	4	2	2	3	4	3	4	4	4	4	4
81	4	4	3	4	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	4	4
82	3	3	1	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3
83	3	3	3	3	1	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
84	3	3	3	2	3	3	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4
85	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	2	3
86	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4
87	3	4	3	3	2	3	2	3	3	4	3	4	3	4	4	3
88	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	3	4	2	2	2	3	2	2	2	3	4	4	3	3	2	3
91	3	3	1	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3
92	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	2	3
93	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	3	4
94	2	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
95	4	4	4	1	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4
96	2	3	3	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4
97	2	3	2	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3
98	3	4	4	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	4	2	4
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4

Correlations

Correlations

	B11	B12	B13	B14	B15	B16	B17	B18	JML
B11	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	1 ,318 ,087 30	,462* ,010 30	,181 ,338 30	,298 ,110 30	,103 ,589 30	,492** ,006 30	,265 ,158 30	,695** ,000 30
B12	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,318 ,087 30	1 ,427* ,018 30	,253 ,177 30	,067 ,725 30	,538** ,002 30	,737** ,000 30	-,105 ,579 30	,643** ,000 30
B13	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,462* ,010 30	,427* ,018 30	1 ,146 ,441 30	,103 ,588 30	,497** ,005 30	,360 ,051 30	-,090 ,636 30	,588** ,001 30
B14	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,181 ,338 30	,253 ,177 30	,146 ,441 30	1 ,114 ,547 30	,368* ,046 30	,215 ,254 30	-,060 ,753 30	,408* ,025 30
B15	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,298 ,110 30	,067 ,725 30	,103 ,588 30	1 ,114 ,547 30	,000 1,000 30	,217 ,250 30	,395* ,031 30	,514** ,004 30
B16	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,103 ,589 30	,538** ,002 30	,368* ,046 30	,000 1,000 30	1 30 30	,313 ,092 30	-,136 ,473 30	,512** ,004 30
B17	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,492** ,006 30	,737** ,000 30	,360 ,051 30	,000 1,000 30	30 30 30	1 30 30	,083 ,661 30	,719** ,000 30
B18	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,265 ,158 30	-,090 ,636 30	-,060 ,753 30	,395* ,031 30	-,136 ,473 30	,083 ,661 30	1 30 30	,417* ,022 30
JML	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,695** ,000 30	,643** ,000 30	,408* ,025 30	,514** ,004 30	,512** ,004 30	,719** ,000 30	,417* ,022 30	1 30

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

Correlations

	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	JML
E11									
Pearson Correlation	1								
Sig. (2-tailed)									
N	30								
E12									
Pearson Correlation	,229								
Sig. (2-tailed)	,224								
N	30								
E13									
Pearson Correlation	,229	1							
Sig. (2-tailed)	,224	,051							
N	30	,789							
E14									
Pearson Correlation	,743**	,051	1						
Sig. (2-tailed)	,000	,789	,143						
N	30	30	,450						
E15									
Pearson Correlation	,074	,127	,143	1					
Sig. (2-tailed)	,699	,504	,450	,186					
N	30	30	30	,324					
E16									
Pearson Correlation	,057	,181	,186	,317	1				
Sig. (2-tailed)	,766	,339	,324	,088	,290				
N	30	30	30	30	30				
E17									
Pearson Correlation	,097	,027	-,035	,196	,290	1			
Sig. (2-tailed)	,609	,888	,856	,300	,120	,067			
N	30	30	30	30	30	30			
E18									
Pearson Correlation	,164	,114	,293	,404*	,357	,067	1		
Sig. (2-tailed)	,386	,550	,116	,027	,053	,724	,214		
N	30	30	30	30	30	30	30		
JML									
Pearson Correlation	,285	,162	,209	,456*	,278	,165	,1		
Sig. (2-tailed)	,126	,391	,267	,011	,137	,384	,595**		
N	30	30	30	30	30	30	30		
JML									
Pearson Correlation	,556**	,433*	,590**	,649**	,592**	,362*	,620**		
Sig. (2-tailed)	,001	,017	,001	,000	,049	,001	,000		
N	30	30	30	30	30	30	30		

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed)

Reliability - Atribut Keyakinan (bi)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. BI1	3,0667	,6397	30,0
2. BI2	3,2000	,6103	30,0
3. BI3	2,6667	,6609	30,0
4. BI4	2,8000	,7144	30,0
5. BI5	2,6667	,8442	30,0
6. BI6	3,0000	,5252	30,0
7. BI7	3,1333	,6288	30,0
8. BI8	2,6333	,9643	30,0

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 8

Alpha = ,6542

Reliability - Atribut Evaluasi (ei)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

	Mean	Std Dev	Cases
1. EI1	2,7667	,6789	30,0
2. EI2	2,8667	,6814	30,0
3. EI3	2,6667	,6609	30,0
4. EI4	3,0333	,8503	30,0
5. EI5	3,1667	,7466	30,0
6. EI6	3,5667	,5040	30,0
7. EI7	2,9000	,7120	30,0
8. EI8	3,4000	,4983	30,0

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 8

Alpha = ,6719

Tabulasi Indeks Sikap (bi.ei) Terhadap Atribut Hotel Puri Artha Yogyakarta

Responden	bi1.ei1	bi2.ei2	bi3.ei3	bi4.ei4	bi5.ei5	bi6.ei6	bi7.ei7	bi8.ei8
1	6	6	4	8	9	6	6	12
2	16	12	12	12	9	9	12	4
3	9	16	9	8	4	12	12	8
4	9	9	9	9	6	9	9	6
5	9	6	9	9	8	16	9	6
6	9	8	6	8	6	9	8	9
7	12	6	6	9	9	9	9	12
8	16	12	12	12	16	12	8	12
9	6	9	6	6	4	9	9	9
10	12	9	12	12	9	9	9	9
11	9	16	9	6	8	12	8	9
12	9	12	6	6	12	12	12	12
13	8	12	8	4	12	9	12	12
14	9	8	6	12	12	8	8	12
15	9	6	6	8	8	12	12	16
16	4	9	4	6	9	9	6	6
17	6	6	6	9	8	12	12	3
18	6	9	6	9	4	9	9	4
19	12	12	4	8	4	12	6	12
20	6	6	9	8	12	12	9	12
21	8	9	6	8	9	12	6	12
22	9	8	9	6	9	12	12	6
23	6	9	6	6	4	12	6	3
24	4	6	4	8	6	6	6	6
25	4	6	4	4	12	12	6	8
26	6	12	6	12	12	16	6	6
27	12	12	9	16	12	16	16	8
28	6	9	2	4	6	6	6	9
29	12	9	12	9	3	12	12	12
30	9	6	9	8	9	12	9	12
31	9	12	9	2	8	12	16	12
32	9	12	6	12	6	12	12	12
33	16	16	12	3	6	12	8	16
34	9	8	6	6	9	6	6	12
35	9	9	12	6	12	9	12	12
36	6	9	6	6	6	12	9	8
37	12	12	12	12	12	12	12	12
38	9	12	9	6	8	12	12	8
39	6	9	4	16	12	12	9	4
40	6	9	6	9	9	9	12	3
41	9	9	9	9	6	9	6	9
42	12	9	12	12	8	12	9	12
43	9	9	9	9	9	9	9	9
44	6	8	6	9	12	12	12	6
45	9	9	9	6	4	9	6	9
46	6	9	8	12	8	12	9	9
47	9	12	12	8	12	12	12	9
48	9	9	6	9	9	9	9	9
49	8	9	12	9	6	9	9	6
50	6	9	12	9	4	12	12	3

51	8	6	6	9	9	12	6	6
52	6	6	6	9	12	12	9	9
53	6	12	8	16	16	8	6	6
54	8	16	12	12	12	16	8	12
55	6	4	6	9	2	16	9	6
56	12	12	6	9	12	9	8	3
57	12	16	9	8	4	12	9	6
58	12	12	12	12	8	12	12	8
59	6	6	6	9	12	12	9	6
60	6	12	4	9	4	9	12	9
61	8	9	4	9	9	9	9	12
62	12	16	9	12	16	12	16	12
63	6	9	6	12	8	12	9	9
64	12	12	16	12	12	12	9	12
65	6	12	6	9	6	9	12	9
66	6	6	4	6	9	9	9	12
67	12	8	12	6	8	9	12	12
68	6	4	4	9	9	6	6	9
69	6	9	6	4	12	12	12	12
70	6	9	6	9	9	9	9	6
71	9	9	9	12	6	9	9	9
72	9	9	12	12	4	12	9	6
73	12	9	6	16	4	9	12	12
74	6	6	6	6	9	12	12	9
75	8	6	6	8	9	12	9	12
76	9	8	9	12	6	12	16	8
77	6	9	6	6	8	12	9	4
78	6	8	6	6	8	8	8	6
79	4	12	4	6	12	9	9	8
80	6	16	9	12	12	16	8	8
81	12	16	9	16	9	16	16	8
82	9	9	4	6	12	8	9	9
83	12	12	12	9	4	16	12	12
84	12	9	12	4	9	9	9	16
85	9	9	9	12	9	12	6	12
86	9	9	9	8	9	9	9	12
87	9	16	9	12	6	12	8	9
88	9	9	9	9	16	16	16	9
89	16	16	16	16	16	16	16	16
90	6	12	8	8	6	9	4	6
91	9	9	4	6	12	8	9	9
92	12	9	12	9	16	16	8	9
93	16	16	8	4	12	16	12	12
94	8	9	8	9	9	9	12	12
95	16	16	8	4	16	16	8	12
96	8	12	12	12	12	8	8	8
97	8	12	6	6	12	16	9	12
98	12	16	8	16	16	8	4	8
99	16	16	16	16	16	16	16	16
100	16	16	16	16	16	12	12	16
Total	893	1011	809	904	917	1112	966	928

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Pekerjaan * Harga Lebih Murah Dibanding Hotel Lain	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Jenis Pekerjaan * Harga Lebih Murah Dibanding Hotel Lain Crosstabulation

			Harga Lebih Murah Dibanding Hotel Lain			Total
			Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Pekerjaan	PNS	Count	2	7	9	18
		Expected Count	5,6	8,1	4,3	18,0
	Pegawai Swasta	Count	17	19	8	44
		Expected Count	13,6	19,8	10,6	44,0
	Wiraswasta	Count	12	19	7	38
		Expected Count	11,8	17,1	9,1	38,0
Total		Count	31	45	24	100
		Expected Count	31,0	45,0	24,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,705 ^a	4	,046
Likelihood Ratio	9,286	4	,054
Linear-by-Linear Association	3,924	1	,048
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,32.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,297	,046
N of Valid Cases		100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Pekerjaan * Harga Sesuai Fasilitas	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Jenis Pekerjaan * Harga Sesuai Fasilitas Crosstabulation

			Harga Sesuai Fasilitas			Total
			Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Pekerjaan	PNS	Count	2	7	9	18
		Expected Count	3,6	9,2	5,2	18,0
	Pegawai Swasta	Count	11	24	9	44
		Expected Count	8,8	22,4	12,8	44,0
	Wiraswasta	Count	7	20	11	38
		Expected Count	7,6	19,4	11,0	38,0
Total		Count	20	51	29	100
		Expected Count	20,0	51,0	29,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,800 ^a	4	,215
Likelihood Ratio	5,578	4	,233
Linear-by-Linear Association	,910	1	,340
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,60.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,234	,215
N of Valid Cases		100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Pekerjaan * Fasilitas Kolam Renang	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Jenis Pekerjaan * Fasilitas Kolam Renang Crosstabulation

			Fasilitas Kolam Renang			Total
			Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Pekerjaan	PNS	Count	3	7	8	18
		Expected Count	6,5	7,4	4,1	18,0
	Pegawai Swasta	Count	18	15	11	44
		Expected Count	15,8	18,0	10,1	44,0
	Wiraswasta	Count	15	19	4	38
		Expected Count	13,7	15,6	8,7	38,0
Total		Count	36	41	23	100
		Expected Count	36,0	41,0	23,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9,820 ^a	4	,044
Likelihood Ratio	10,131	4	,038
Linear-by-Linear Association	5,965	1	,015
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,14.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,299	,044
N of Valid Cases		100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Pekerjaan * Kamar Yang Bersih Dan Nyaman	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Jenis Pekerjaan * Kamar Yang Bersih Dan Nyaman Crosstabulation

			Kamar Yang Bersih Dan Nyaman			Total
			Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Pekerjaan	PNS	Count	2	7	9	18
		Expected Count	3,2	7,7	7,0	18,0
	Pegawai Swasta	Count	7	22	15	44
		Expected Count	7,9	18,9	17,2	44,0
	Wiraswasta	Count	9	14	15	38
		Expected Count	6,8	16,3	14,8	38,0
Total		Count	18	43	39	100
		Expected Count	18,0	43,0	39,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,003 ^a	4	,557
Likelihood Ratio	2,982	4	,561
Linear-by-Linear Association	,979	1	,322
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,24.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,171	,557
N of Valid Cases		100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Pekerjaan * Pelayanan Yang Memuaskan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Jenis Pekerjaan * Pelayanan Yang Memuaskan Crosstabulation

			Pelayanan Yang Memuaskan		Total
			Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Pekerjaan	PNS	Count	7	11	18
		Expected Count	7,4	10,6	18,0
	Pegawai Swasta	Count	17	27	44
		Expected Count	18,0	26,0	44,0
	Wiraswasta	Count	17	21	38
		Expected Count	15,6	22,4	38,0
Total		Count	41	59	100
		Expected Count	41,0	59,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	,354 ^a	2	,838
Likelihood Ratio	,353	2	,838
Linear-by-Linear Association	,255	1	,614
N of Valid Cases	100		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,38.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,059	,838
N of Valid Cases		100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Pekerjaan * Pelayanan Pada Jam Tamu Istirahat	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Jenis Pekerjaan * Pelayanan Pada Jam Tamu Istirahat Crosstabulation

			Pelayanan Pada Jam Tamu Istirahat			Total
			Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Pekerjaan	PNS	Count	3	3	12	18
		Expected Count	2,9	7,2	7,9	18,0
	Pegawai Swasta	Count	7	18	19	44
		Expected Count	7,0	17,6	19,4	44,0
	Wiraswasta	Count	6	19	13	38
		Expected Count	6,1	15,2	16,7	38,0
Total		Count	16	40	44	100
		Expected Count	16,0	40,0	44,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,352 ^a	4	,174
Likelihood Ratio	6,758	4	,149
Linear-by-Linear Association	2,108	1	,147
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2,88.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,244	,174
N of Valid Cases		100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Pekerjaan * Prosedur Check In Yang Cepat	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Jenis Pekerjaan * Prosedur Check In Yang Cepat Crosstabulation

		Prosedur Check In Yang Cepat			Total
		Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Jenis Pekerjaan	PNS	Count	4	7	7
		Expected Count	3,6	9,7	4,7
Pegawai Swasta		Count	9	25	10
		Expected Count	8,8	23,8	11,4
Wiraswasta		Count	7	22	9
		Expected Count	7,6	20,5	9,9
Total		Count	20	54	26
		Expected Count	20,0	54,0	26,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,439 ^a	4	,656
Likelihood Ratio	2,375	4	,667
Linear-by-Linear Association	,202	1	,653
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (22,2%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,60.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,154	,656
N of Valid Cases		100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Jenis Pekerjaan * Prosedur Check Out Yang Cepat	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Jenis Pekerjaan * Prosedur Check Out Yang Cepat Crosstabulation

Jenis Pekerjaan		Prosedur Check Out Yang Cepat		Total
		Setuju	Sangat Setuju	
PNS	Count	8	10	18
	Expected Count	10,4	7,6	18,0
Pegawai Swasta	Count	30	14	44
	Expected Count	25,5	18,5	44,0
Wiraswasta	Count	20	18	38
	Expected Count	22,0	16,0	38,0
Total	Count	58	42	100
	Expected Count	58,0	42,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,680 ^a	2	,159
Likelihood Ratio	3,711	2	,156
Linear-by-Linear Association	,013	1	,911
N of Valid Cases	100		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 7,56.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,188	,159
N of Valid Cases	100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Tingkat Pendapatan * Harga Lebih Murah Dibanding Hotel Lain	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Tingkat Pendapatan * Harga Lebih Murah Dibanding Hotel Lain Crosstabulation

		Harga Lebih Murah Dibanding Hotel Lain			Total
		Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Tingkat Pendapatan	< Rp. 1 juta	Count 10	6	4	20
		Expected Count 6,2	9,0	4,8	20,0
	Rp.1juta - Rp.2 juta	Count 10	18	8	36
		Expected Count 11,2	16,2	8,6	36,0
	> Rp. 3 juta	Count 11	21	12	44
		Expected Count 13,6	19,8	10,6	44,0
Total		Count 31	45	24	100
		Expected Count 31,0	45,0	24,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,610 ^a	4	,330
Likelihood Ratio	4,410	4	,353
Linear-by-Linear Association	2,350	1	,125
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,80.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,210	,330
N of Valid Cases	100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Tingkat Pendapatan * Harga Sesuai Fasilitas	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Tingkat Pendapatan * Harga Sesuai Fasilitas Crosstabulation

			Harga Sesuai Fasilitas			Total
			Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Tingkat Pendapatan	< Rp. 1 juta	Count	5	9	6	20
		Expected Count	4,0	10,2	5,8	20,0
	Rp. 1juta - Rp.2 juta	Count	8	22	6	36
		Expected Count	7,2	18,4	10,4	36,0
	> Rp. 3 juta	Count	7	20	17	44
		Expected Count	8,8	22,4	12,8	44,0
Total		Count	20	51	29	100
		Expected Count	20,0	51,0	29,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,139 ^a	4	,273
Likelihood Ratio	5,329	4	,255
Linear-by-Linear Association	1,650	1	,199
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,00.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,221	,273
N of Valid Cases		100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Tingkat Pendapatan * Fasilitas Kolam Renang	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Tingkat Pendapatan * Fasilitas Kolam Renang Crosstabulation

Tingkat Pendapatan		Fasilitas Kolam Renang			Total
		Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
< Rp. 1 juta	Count	10	6	4	20
	Expected Count	7,2	8,2	4,6	20,0
Rp.1juta - Rp.2 juta	Count	12	14	10	36
	Expected Count	13,0	14,8	8,3	36,0
> Rp. 3 juta	Count	14	21	9	44
	Expected Count	15,8	18,0	10,1	44,0
Total	Count	36	41	23	100
	Expected Count	36,0	41,0	23,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	3,048 ^a	4	,550
Likelihood Ratio	2,964	4	,564
Linear-by-Linear Association	,503	1	,478
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,60.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,172	,550
N of Valid Cases	100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Tingkat Pendapatan * Kamar Yang Bersih Dan Nyaman	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Tingkat Pendapatan * Kamar Yang Bersih Dan Nyaman Crosstabulation

			Kamar Yang Bersih Dan Nyaman			Total
			Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Tingkat Pendapatan	< Rp. 1 juta	Count	4	9	7	20
		Expected Count	3,6	8,6	7,8	20,0
	Rp. 1juta - Rp.2 juta	Count	7	19	10	36
		Expected Count	6,5	15,5	14,0	36,0
	> Rp. 3 juta	Count	7	15	22	44
		Expected Count	7,9	18,9	17,2	44,0
Total		Count	18	43	39	100
		Expected Count	18,0	43,0	39,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,434 ^a	4	,350
Likelihood Ratio	4,465	4	,347
Linear-by-Linear Association	1,566	1	,211
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,60.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,206	,350
N of Valid Cases		100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Tingkat Pendapatan * Pelayanan Pada Jam Tamu Istirahat	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Tingkat Pendapatan * Pelayanan Pada Jam Tamu Istirahat Crosstabulation

Tingkat Pendapatan		Pelayanan Pada Jam Tamu Istirahat			Total
		Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
< Rp. 1 juta	Count	4	9	7	20
	Expected Count	3,2	8,0	8,8	20,0
Rp. 1juta - Rp.2 juta	Count	5	18	13	36
	Expected Count	5,8	14,4	15,8	36,0
> Rp. 3 juta	Count	7	13	24	44
	Expected Count	7,0	17,6	19,4	44,0
Total	Count	16	40	44	100
	Expected Count	16,0	40,0	44,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,517 ^a	4	,341
Likelihood Ratio	4,538	4	,338
Linear-by-Linear Association	1,727	1	,189
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3,20.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,208	,341
N of Valid Cases	100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Tingkat Pendapatan * Pelayanan Yang Memuaskan	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Tingkat Pendapatan * Pelayanan Yang Memuaskan Crosstabulation

Tingkat Pendapatan		Pelayanan Yang Memuaskan		Total
		Setuju	Sangat Setuju	
< Rp. 1 juta	Count	9	11	20
	Expected Count	8,2	11,8	20,0
Rp. 1juta - Rp.2 juta	Count	17	19	36
	Expected Count	14,8	21,2	36,0
> Rp. 3 juta	Count	15	29	44
	Expected Count	18,0	26,0	44,0
Total	Count	41	59	100
	Expected Count	41,0	59,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,577 ^a	2	,455
Likelihood Ratio	1,587	2	,452
Linear-by-Linear Association	1,036	1	,309
N of Valid Cases	100		

a. 0 cells (.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,20.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,125	,455
N of Valid Cases	100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Tingkat Pendapatan * Prosedur Check In Yang Cepat	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Tingkat Pendapatan * Prosedur Check In Yang Cepat Crosstabulation

Tingkat Pendapatan		Count	Prosedur Check In Yang Cepat			Total
			Tidak Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
< Rp. 1 juta	Count	2	14	4	20	
	Expected Count	4,0	10,8	5,2	20,0	
Rp. 1juta - Rp.2 juta	Count	6	20	10	36	
	Expected Count	7,2	19,4	9,4	36,0	
> Rp. 3 juta	Count	12	20	12	44	
	Expected Count	8,8	23,8	11,4	44,0	
Total	Count	20	54	26	100	
	Expected Count	20,0	54,0	26,0	100,0	

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4,271 ^a	4	,371
Likelihood Ratio	4,366	4	,359
Linear-by-Linear Association	,441	1	,507
N of Valid Cases	100		

a. 1 cells (11,1%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 4,00.

Symmetric Measures

	Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal Contingency Coefficient	,202	,371
N of Valid Cases	100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.

Crosstabs

Case Processing Summary

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Tingkat Pendapatan * Prosedur Check Out Yang Cepat	100	100,0%	0	,0%	100	100,0%

Tingkat Pendapatan * Prosedur Check Out Yang Cepat Crosstabulation

			Prosedur Check Out Yang Cepat		Total
			Setuju	Sangat Setuju	
Tingkat Pendapatan	< Rp. 1 juta	Count	16	4	20
		Expected Count	11,6	8,4	20,0
	Rp.1juta - Rp.2 juta	Count	22	14	36
		Expected Count	20,9	15,1	36,0
	> Rp. 3 juta	Count	20	24	44
		Expected Count	25,5	18,5	44,0
Total		Count	58	42	100
		Expected Count	58,0	42,0	100,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6,960 ^a	2	,031
Likelihood Ratio	7,296	2	,026
Linear-by-Linear Association	6,867	1	,009
N of Valid Cases	100		

a. 0 cells (,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 8,40.

Symmetric Measures

		Value	Approx. Sig.
Nominal by Nominal	Contingency Coefficient	,255	,031
N of Valid Cases		100	

a. Not assuming the null hypothesis.

b. Using the asymptotic standard error assuming the null hypothesis.