

**ANALISIS PERBEDAAN MOTIVASI KONSUMEN DALAM
KEPUTUSANNYA MENGINAP DI HOTEL DINA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI



ditulis oleh :

**Nama : Prita Gita Wahyuning
Nomor Mahasiswa : 95 211 127
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Pemasaran**

**UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2005**

**ANALISIS PERBEDAAN MOTIVASI KONSUMEN DALAM
KEPUTUSANNYA MENGINAP DI HOTEL DINA
YOGYAKARTA**

SKRIPSI

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



Oleh

Nama	: Prita Gita Wahyuning
Nomor Mahasiswa	: 95 211 127
Program 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 untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu 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. Dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman/sangsi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, 10 Juni 2005

Penulis,

(Prita Gita Wahyuning)

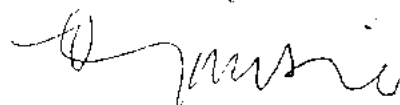
**ANALISIS PERBEDAAN MOTIVASI KONSUMEN DALAM
KEPUTUSANNYA MENGINAP DI HOTEL DINA
YOGYAKARTA**

Hasil Penelitian

Disusun Oleh :

**Nama : Prita Gita Wahyuning
Nomor Mahasiswa : 95 211 127
Program Studi : Manajemen
Bidang Konsentrasi: Pemasaran**

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing,
Pada tanggal
Dosen Pembimbing,



(Sri Hardjanti, Dra, Hj, MM)

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

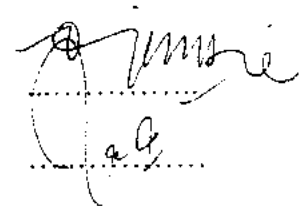
**ANALISIS PERBEDAAN MOTIVASI KONSUMEN DALAM KEPUTUSANNYA
MENGINAP DI HOTEL DINA YOGYAKARTA**

**Disusun Oleh: PRITA GITA WAHYUNING
Nomor mahasiswa: 95211127**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 13 Juli 2005

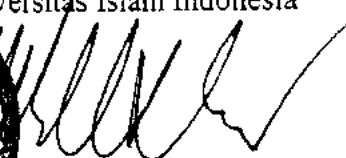
Penguji/Pemb. Skripsi: Dra. Sri Hardjanti, MM

Penguji : Drs. Yazid, MM



Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia




Drs. Suwarsono, MA

MOTTO

- *Kunci suatu keberhasilan adalah do'a, kesungguhan, kerja keras, kemauan, petantang dan ridho Allah SWT.*
- *Tidak ada kata terlambat bagi orang yang mau berusaha.*

PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- Bapak dan Ibu tercinta yang selalu mendorongku
- Kakak dan adikku tersayang
- *Mmbu Sol*

KATA PENGANTAR

Bismillahirra'manirrahim.

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Alhamdulillah, dengan segala kerendahan hati, penulis panjatkan puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya atas terselesainya penelitian dan penulisan skripsi ini.

Skripsi dengan judul "ANALISIS PERBEDAAN MOTIVASI KONSUMEN DALAM KEPUTUSANNYA MENGINAP DI HOTEL DINA YOGYAKARTA" ini mencoba membahas variabel-variabel apa saja yang membedakan motivasi konsumen dalam memutuskan Hotel Dina sebagai tempat penginapan di Yogyakarta. Skripsi ini diharapkan dapat dipergunakan sebagai salah satu usaha dalam pemecahan masalah secara akademik dengan penalaran yang sederhana dan bersifat teoritis.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata I (S 1) pada Program Studi Manajemen, Bidang Konsentrasi Pemasaran, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia.

Penulisan skripsi ini dapat berjalan dan selesai dengan baik berkat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang tulus kepada :

1. Bapak Dr. Ir. Luthfi Hasan, MS selaku Rektor Universitas Islam Indonesia

2. Bapak Drs. Suwarsono Muhammad, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dra. Hj. Sri Hardjanti, MM selaku Dosen Pembimbing skripsi yang telah sabar membimbing dan memberi masukan dan pengarahan yang sangat berguna bagi penulis
4. Bapak Aryo Parikesit, SE selaku Pimpinan Hotel Dina Yogyakarta.
5. Bapak Ir. H. Poernomo Sidhi, M.Si, Ibu Hj. Umi Khusdati, Bapak Agus Hadyawan, Ah.T dan Ibu Ganiana Bintang Wahyu Indah, orang tua yang selalu memberikan dukungan moral dan material serta memberikan dorongan serta doa dan kasih sayang
6. Mbak Totty, Itok, Anggi, Angga, Anggun, Akbar, Novianani, Dian dan Dine, kakak dan adik-adikku yang tersayang atas dorongan spirit.
7. Podjok Crew Ganjil B Manajemen '95, Komunitas Djokdja, Production Department RCTI, Ismu - teman seperjuangan dan Kost mL 120 yang telah memberikan pengalaman hidup yang sangat berharga.
8. Minha Sol yang telah menginspirasi, mendorong dan memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
9. Pihak-pihak lain yang telah banyak membantu yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Semoga amal kebbaikannya mendapat balasan dari Allah SWT.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka penulis akan sangat memperhatikan segala kritik dan saran. Apabila terdapat kesalahan, itu

datangnya dari dalam diri penulis namun apabila ada kebenaran, hal itu semata-mata hanya datang dari Allah SWT.

Akhirnya penulis berharap skripsi ini apat memberikan manfaat bagi semua pihak yang membutuhkan pada umumnya dan seluruh mahasiswa FE UH pada khususnya.

Wassalamu'alaikum Wr Wb.

Yogyakarta, 10 Juni 2005

Penulis

Pratiwi Wahyunig

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 Motto	vii
Halaman Persembahan	viii
Kata Pengantar	ix
Daftar Isi	xii
Daftar Tabel	xv
Daftar Gambar	xvii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Batasan Masalah	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6

BAB II LANDASAN TEORI	
2.1	Pengertian Pemasaran 7
2.2	Konsep Pemasaran 8
2.3	Segmentasi Pasar 10
2.4	Pengertian Perilaku Konsumen 11
2.5	Faktor Lingkup Ekstern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen 17
2.6	Faktor Lingkup Intern yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Faktor Psikologis yang Berasal dari Proses Intern 20
2.7	Pengertian Jasa 31
2.8	Teori-teori dan Klasifikasi Motivasi 30
2.9	Motivasi Sebagai Dasar Kebutuhan Pembelian Konsumen 35
2.10	Pengertian Hotel 36
2.11	Hipotesis 38
 BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN DAN METODE	
PENELITIAN	
3.1	Sejarah Perkembangan Perusahaan 39
3.2	Tujuan Perusahaan 40
3.3	Struktur Organisasi 40
3.4	Personalia Perusahaan 45
3.5	Pemasaran Perusahaan 48
3.6	Metode Penelitian 57

BAB IV ANALISIS DATA	
4.1 Pengujian Instrumen Penelitian	58
4.2 Analisis Deskriptif	62
4.3 Analisis Statistik	74
4.4 Rangkuman Hasil Chi-Square dan Analisis Koefisien Regresi .	110
4.5 Strategi Pemasaran	111
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	115
5.2 Saran	117
DAFTAR PUSTAKA	121
LAMPIRAN	122

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
4.1 Rangkuman Hasil Uji Validitas	60
4.2 Rangkuman Hasil Pengujian Reliabilitas	61
4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	64
4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan	65
4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan	66
4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan	67
4.8 Urutan Pertimbangan Dalam Memilih Produk Hotel Dina	68
4.9 Motivasi Konsumen Pada Atribut Lokasi	70
4.10 Motivasi Konsumen Pada Atribut Harga	70
4.11 Motivasi Konsumen Pada Atribut Fasilitas	71
4.12 Motivasi Konsumen Pada Atribut Pelayanan	72
4.13 Motivasi Konsumen Pada Atribut Promosi	72
4.14 Motivasi Konsumen Pada Atribut Kebersihan	73
4.15 Motivasi Konsumen Pada Atribut Kenyamanan	74
4.16 Hasil Uji Chi-Square Pada Atribut Lokasi	76
4.17 Hasil Uji Chi-Square Pada Atribut Harga	79
4.18 Hasil Uji Chi-Square Pada Atribut Fasilitas	86
4.19 Hasil Uji Chi-Square Pada Atribut Pelayanan	92

4.20 Hasil Uji Chi-Square Pada Atribut Promosi	92
4.21 Hasil Uji Chi-Square Pada Atribut Kebersihan	100
4.22 Hasil Uji Chi-Square Pada Atribut Kenyamanan	103
4.23 Rangkuman Uji Chi-Square dan Analisis Koefisien Regresi	110

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1.1 Daerah Penolakan dan daerah Penerimaan	57
1.2 Model Perilaku Konsumen	12
1.3 Struktur Organisasi Hotel Dina	41