

ABSTRAK

PENGARUH TANGGAPAN KONSUMEN ATAS BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI HOTEL MARCOPOLO BANDAR LAMPUNG

Oleh

RICKY GUNAWAN

Hotel mempunyai peran yang cukup strategis bagi perkembangan dunia pariwisata, maupun sebagai sarana bisnis. Bandar Lampung sebagai Ibu kota Propinsi yang memiliki misi sebagai kota perdagangan dan jasa kini telah banyak berdiri hotel-hotel baik hotel berbintang maupun hotel dengan klasifikasi non bintang (melati), sebagai elemen penting pendukung kemajuan kota serta turut menunjang dunia kepariwisataan di Bandar Lampung, salah satu hotel berbintang tiga yang ada adalah Hotel Marcopolo dengan tingkat hunian rata-rata mencapai 70 - 80 % (tidak termasuk *week end*) dan masih membutuhkan peran pemasaran jasa yang baik dalam hal peningkatan tingkat hunian.

Permasalahan yang dihadapi adalah Apakah tanggapan konsumen atas bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Marcopolo Bandar Lampung.

Hipotesis pada Skripsi ini adalah Tanggapan konsumen atas bauran pemasaran berpengaruh positif terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Marcopolo Bandar Lampung.

RICKY GUNAWAN

Berdasarkan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang dirumuskan dapat diterima. Hal ini didasarkan pada hasil pengujian secara statistik melalui regresi berganda.

Secara statistik bahwa secara keseluruhan variabel bebas (tanggapan tentang: produk, tarif, promosi, lokasi hotel, SDM dan proses pelayanan serta bukti fisik) mempengaruhi keputusan konsumen menginap di Hotel Marcopolo di Bandar Lampung. Besarnya pengaruh variabel bebas tersebut terlihat dari nilai Koefisien Determinasi (R^2) = 0,444. Ini berarti sumbangan seluruh variabel bebas terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Marcopolo di Bandar Lampung sebesar 44,40 % dan sisanya 55,60 % dipengaruhi oleh variabel bebas lain yang tidak diidentifikasi pada penelitian ini.

Berdasarkan uji parsial untuk melihat keberartian dari masing- masing variabel bebas terhadap keputusan konsumen menginap di Hotel Marcopolo di Bandar Lampung digunakan uji t. Ternyata berdasarkan hasil perhitungan nilai masing- masing signifikansi -hitung di bawah alpha yang ditentukan dalam penelitian ini yaitu 0,05. Ini berarti secara statistik masing-masing variabel bebas mempengaruhi keputusan konsumen menginap di Hotel Marcopolo di Bandar Lampung. Namun demikian ada variabel bebas yang tidak mempengaruhi keputusan konsumen menginap di Hotel Marcopolo di Bandar Lampung yaitu variabel lokasi hotel dan bukti fisik.