

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI HOTEL GRAND TJOKRO YOGYAKARTA**



OLEH

MARIA VERANI DAWA

No. Mhs : 318101251

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2022

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI HOTEL GRAND TJOKRO YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Sains Terapan Pariwisata

Disusun Oleh

MARIA VERANI DAWA

No. Mhs : 318101251

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN

SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA

YOGYAKARTA

2022

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH BAHAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI HOTEL GRAND TJOKRO YOGYAKARTA



Disusun Oleh :

MARIA VERANI DAWA

No. Mhs : 318101251

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Dra. Enny Mulyantari, MM

NIDN. 0026046101

Pembimbing II

Yudi Setiadi, SH, MM

NIDN. 0508066401

Mengetahui

Ketua Jurusan

Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST, M.M

NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI HOTEL GRAND LOKRO YOGYAKARTA**

Disusun Oleh

MARIA VERANI DAWA

No. Mhs : 318101251

Telah dipertahankan Di Depan Tim Penguji Dan

Dinyatakan : **LULUS**

Pada Tanggal : 19 April 2022

Penguji Utama : Drs. Buci Hermawan, MM

Pembimbing I : Dra. Enny Mulyantari, MM

Pembimbing II : Yudi Setiaji, S.I., MK



Mengesahkan

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPJA

Drs. Pratiwi A.M

NIDN. 0526125901



HALAMAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : MARIA VERANI DAWA

NIM : 318101251

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

Judul Skripsi : **PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL GRAND
TJOKRO YOGYAKARTA**

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini benar adalah hasil karya sendiri yang diajukan untuk memperoleh gelar sarjana di Perguruan tinggi, kecuali kutipan yang telah saya kutip dan telah saya sebutkan sumbernya dan daam naskah ini deisebutkan dalam daftar pustaka.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, tanpa ada tekanan ataupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, April 2022



Maria Verani Dawa

MOTTO

**“Dalam tiap jerih payah ada keuntungan, tetapi kata-kata belaka
mendatangkan kekurangan saja”.**

(Amsal 14:23)

**“TUHAN adalah kekuatanku dan perisaiku, kepada-Nya hatiku percaya.
Aku tertolong sebab itu beria-ria hatiku, dan dengan nyanyianku aku
bersyukur kepada-Nya”.**

(Mazmur 28:7)

**“Hidup itu harus balance, jangan sampai kita fokus ke dalam satu hal lalu
melupakan hal-hal lain yang sama juga pentingnya”**

(Maudy Ayunda)

“Berbuat baiklah kepada siapapun tanpa perlu ada alasan”

(Maria Verani Dawa)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Puji Syukur Kepada Tuhan Yang Maha Esa. Saya mempersembahkan karya saya ini sebagai ungkapan kasih sayang dan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa, karena atas nikmat sehat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada saya sehingga Skripsi ini selesai.
2. Kedua orang tua Bapak Silvester Tani dan Ibu Wihelmina Gamus yang tersayang terima kasih atas segala do'a harapan, motivasi serta kepercayaan kepada penulis sehingga dimudahkan dalam menyelesaikan skripsi ini guna mendapatkan gelar Sarajana Sains Terapan Pariwisata.
3. Untuk kakak tersayang Getrudis Dolorosa Pora Dawa, Emiliana Seja Dawa dan Florianus Dawa terimakasih atas semangat dan do'a yang selalu diberikan kepada penulis.
4. Seluruh dosen Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta yang telah memberikan motivasi dan ilmu kepada penulis selama delapan semester.
5. Untuk teman seperjuangan saya Bestiana, Zizi, Tanti dan Silvia yang selalu mendampingi dan memberi semangat sampai skripsi ini selesai.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan yang Maha Esa karena atas segala rahmat dan Karunia-Nya, serta usaha sepenuh hati sehingga penulis diberikan kesehatan dan kemudahan dalam menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Terapan Pariwisata pada program studi Pengelolaan Perhotelan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Penulis menyadari sesungguhnya dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan dan bimbingan banyak pihak. Oleh sebab itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan penghargaan setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terima kasih dan penghargaan setinggi-tingginya secara tulus penulis ucapkan kepada :

1. Ibu Dra. Enny Mulyantari, MM selaku dosen pembimbing I yang telah sabar memberikan waktu, arahan serta bimbingan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Yudi Setiaji, SH, MM selaku dosen pembimbing II yang telah sabar dalam memberi motivasi, arahan, bimbingan serta waktu dalam penulisan skripsi ini.

3. Bapak Drs. Budi Hermawan, MM selaku dosen penguji yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
4. Bapak Drs. Prihatno, M.M. selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Hermawan Prasetyanto, S.Sos, S.ST.M.M selaku Ketua Jurusan Pengelolaan Perhotelan di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
6. Staff *sales and marketing* dan Bapak Bernadi Dony Widodo selaku HRM hotel Grand Tjokro Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melakukan penelitian.
7. Para responden penelitian yang telah meluangkan waktu dalam membantu mengisi angket penelitian.

Akhir kata penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak. Tidak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, April 2022

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
BERITA ACARA UJIAN	iv
PERNYATAAN KEASLIAN	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	4
C. Batasan Masalah	4
D. Tujuan Penelitian	4
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	6
A. Landasan Teori	6
1. Pengertian Pemasaran	6
2. Pengertian Bauran Pemasaran	6
a. <i>Product</i>	7
b. <i>Price</i>	7
c. <i>Place</i>	8
d. <i>Promotion</i>	8
e. <i>People</i>	9
3. Kepuasan Konsumen	10

a.	Pengertian Kepuasan Konsumen.....	10
b.	Elemen Kepuasan Konsumen.....	11
c.	Indikator Kepuasan Konsumen	12
d.	Manfaat Kepuasan Konsumen	14
e.	Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	14
B.	Penelitian Terdahulu	15
C.	Kerangka Berpikir	17
D.	Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN		20
A.	Jenis Penelitian.....	20
B.	Lokasi Penelitian.....	20
C.	Populasi dan Sampel	21
D.	Variabel dan Indikator.....	21
E.	Metode Pengumpulan Data	23
F.	Metode Analisis Data	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
A.	Deskripsi Objek Penelitian.....	31
1.	Sejarah Hotel Grand Tjokro Yogyakarta	31
2.	Struktur Organisasi Hotel Grand Tjokro Yogyakarta	36
3.	Fasilitas Hotel Grand Tjokro Yogyakarta	37
4.	Produk-Produk Hotel Grand Tjokro Yogyakarta	42
B.	Deskripsi Responden.....	43
C.	Hasil Uji Instrumen	46
1.	Hasil Uji Validasi	46
2.	Hasil Uji Reliabilitas	47
D.	Hasil Analisis Data.....	49
1.	Hasil Analisis Linear Berganda.....	49
2.	Hasil Uji Hipotesis	50
a.	Uji T Parsial	50
b.	Uji F Simultan.....	54
c.	Uji Koefisien Determinasi R <i>Square</i>	55
E.	Pembahasan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		61
A.	Kesimpulan.....	61
B.	Saran	62
DAFTAR PUSTAKA		64

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Skala Likert.....	25
Tabel 4.1 Deskripsi Responden jenis kelamin	43
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Usia	43
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Pendidikan.....	44
Tabel 4.4 Deskripsi Responden pekerjaan	45
Tabel 4.5 Hasil uji validitas	46
Tabel 4.6 Hasil uji reliabilitas	48
Tabel 4.7 Hasil uji regresi linear berganda	49
Tabel 4.8 Hasil uji t.....	51
Tabel 4.9 Hasil uji F.....	55
Tabel 4.10 Hasil uji R square	56

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka berpikir.....	18
Gambar 4.1 Tampak depan hotel Grand Tjokro Yogyakarta.....	31
Gambar 4.2 Kamar deluxe executive	32
Gambar 4.3 Sky Lounge	33
Gambar 4.4 Restaurant hotel Grand Tjokro Yogyakarta	34
Gambar 4.5 Struktur organisai hotel Grand Tjokro Yogyakarta.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data responden

Lampiran 2 Pengumpulan data

Lampiran 3 Kuesioner penelitian

Lampiran 4 Surat keterangan izin penelitian

Lampiran 5 Surat keterangan telah melakukan penelitian

Lampiran 6 Kuesioner Online

Lampiran 7 Hasil uji validitas

Lampiran 8 Hasil uji reliabilitas

Lampiran 9 Hasil analisis regresi linear berganda

Lampiran 10 Sertifikat CHSE hotel Grand Tjokro Yogyakarta

Lampiran 11 Dokumentasi penelitian di hotel Grand Tjokro Yogyakarta

Lampiran 12 Lembar Bimbingan

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen di hotel Grand Tjokro Yogyakarta. Baik secara simultan maupun parsial. Jenis penelitian yang diambil adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi, wawancara, kuesioner dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian ini faktor *product*, *price*, *place*, *promotion*, dan *people* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di hotel Grand Tjokro Yogyakarta dibuktikan dengan hasil uji f hitung sebesar 24.480 sedangkan f tabel sebesar 2, 49 dengan tingkat signifikan 0,00 lebih kecil dari 0,05. uji t pada variabel *product* diperoleh nilai t hitung < t tabel yaitu $0,71 < 2,032$. Uji t pada variabel *price* diperoleh nilai t hitung < t tabel yaitu $1,528 < 2,032$. Uji t pada variabel *place* diperoleh nilai t hitung < t tabel yaitu $-1,729 < 2,032$. Uji t pada variabel *promotion* diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu $3,494 > 2,032$ dan Uji t pada variabel *people* diperoleh nilai t hitung > t tabel yaitu $2,429 > 2,032$.

Faktor *promotion* merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen di Hotel Grand Tjokro Yogyakarta, dibuktikan dengan nilai t hitung > t tabel yaitu $3,494 > 2,032$ dan tingkat signifikansi $0,01 < 0,05$. Data penelitian ini dapat menjadi acuan bagi manajemen hotel agar lebih memperhatikan bauran pemasaran untuk kepuasan konsumen, dan dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya untuk melengkapi penelitiannya.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, *Product*, *Price*, *Place*, *Promotion*, *People*, dan Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of the marketing mix on customer satisfaction at the Grand Tjokro Hotel Yogyakarta. Either simultaneously or partially. The type of research taken is quantitative research. Data collection methods used are observation, interviews, questionnaires and documentation.

Based on the results of this study, the factors of product, price, place, promotion, and people have a simultaneous effect on consumer satisfaction at the Grand Tjokro Yogyakarta hotel as evidenced by the results of the calculated f test of 24,480 while the f table of 2.49 with a significant level of 0.00 is smaller than 0.05. t test on the product variable obtained the value of t count $<$ t table that is $0.71 < 2.032$. The t -test on the price variable obtained the value of t -count $<$ t -table, namely $1.528 < 2.032$. The t -test on the place variable obtained the value of t -count $<$ t -table, namely $-1.729 < 2.032$. The t -test on the promotion variable obtained the t -count $>$ t -table which is $3.494 > 2.032$ and the t -test on the people variable obtained the t -count $>$ t -table which is $2.429 > 2.032$.

Promotion factor is the most dominant factor influencing customer satisfaction at Hotel Grand Tjokro Yogyakarta, as evidenced by the value of t count $>$ t table that is $3.494 > 2.032$ and a significance level of $0.01 < 0.05$. This research data can be a reference for hotel management to pay more attention to the marketing mix for consumer satisfaction, and can be a reference for further researchers to complete their research.

Keywords: Marketing Mix, Product, Price, Place, Promotion, People, and Consumer Satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri pariwisata di Indonesia masih memiliki prospek yang cerah di masa yang akan datang, seiring dengan perkembangan daerah wisata yang terdapat di beberapa daerah, maka keberadaan hotel merupakan salah satu penunjang wisata pada daerah tersebut. Hotel menjual jasa berupa penyediaan kamar tempat menginap atau istirahat, menyediakan makanan dan minuman serta memberikan pelayanan. Industri perhotelan memiliki fungsi menangani akomodasi bagi wisatawan, bahkan dewasa ini fungsi hotel semakin meningkat, di mana selain sebagai sarana penginapan, hotel juga sering digunakan sebagai tempat pertemuan, seminar, rapat, dan pesta pernikahan.

Dari waktu ke waktu bisnis bidang perhotelan semakin berkembang pesat. Salah satu contoh kota wisata Yogyakarta semakin padat oleh wisatawan, baik domestik maupun mancanegara. Laju pertumbuhan wisatanya hampir tidak kalah dengan Bali. Dengan tingkat pertumbuhan yang sangat pesat pasti menimbulkan persaingan dalam bisnis perhotelan. Persaingan tersebut menuntut perusahaan untuk selalu mengembangkan usahanya agar mampu bertahan dan meraih tingkat penjualan yang memadai agar mencapai keuntungan.

Setiap bisnis mempunyai tujuan agar dapat tetap hidup dan berkembang, maka dari itu manajemen hotel dituntut agar meningkatkan profit perusahaan untuk bisa menjaga kelangsungan hidup perusahaan ke depannya. Disamping itu manajemen juga perlu berpikir bagaimana cara agar menarik minat wisatawan untuk menggunakan jasa dan produk hotel yang dimiliki dengan harus mempunyai strategi dan sasaran yang tepat.

Dalam hal ini aktivitas-aktivitas pemasaran yang merupakan usaha-usaha langsung untuk menjangkau, menginformasikan, dan membujuk konsumen agar menggunakan produk tertentu sangatlah diperlukan. Usaha-usaha tersebut meliputi 5P yaitu *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat/Lokasi), *Promotion* (Promosi) dan *people* (Manusia).

Peranan bauran pemasaran saat ini tidak hanya menyampaikan produk atau jasa hingga ke tangan konsumen tetapi juga bagaimana produk atau jasa tersebut memberikan kepuasan kepada konsumen dengan menghasilkan laba. Sasaran dari bauran pemasaran adalah menarik minat konsumen dengan menjanjikan nilai, menetapkan harga yang menarik, mendistribusikan produk dengan mudah, mempromosikan secara efektif, serta mempertahankan konsumen yang sudah ada dengan tetap mempertahankan prinsip kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen yang diharapkan adalah kepuasan yang dilihat dari segi produk *Product* (Produk), *Price* (Harga), *Place* (Tempat/Lokasi), *Promotion* (Promosi) dan *people* (Manusia). Pada kenyataannya harapan yang

diinginkan oleh hotel tidak selalu sama dengan persepsi konsumen, biasanya yang terjadi adalah harapan konsumen cenderung lebih besar dari apa yang di terimanya.

Hotel Grand Tjokro Yogyakarta cukup strategis, yakni terletak di Jl. Affandi No.37, Karang Gayam, Catur tunggal, Depok, Sleman, Yogyakarta. Mudah dijangkau oleh kendaraan pribadi dan mudah mengakses wilayah-wilayah yang ada disekitar Hotel Grand Tjokro. Berdasarkan data yang diperoleh dari Hotel Grand Tjokro Yogyakarta, dapat diketahui target penjualan jasa kamar hotel tidak mencapai target penjualan. Hal ini mengindikasikan terjadinya penurunan kepuasan konsumen terlihat dari target realisasi penjualan jasa kamar dalam 2 tahun terakhir mengalami naik turunnya penjualan. Kondisi naik turunnya target realisasi penjualan menjadi permasalahan yang harus diperhatikan oleh pihak hotel, karena dengan naik turunnya kepuasan konsumen dapat menyebabkan menurunnya minat konsumen, yang akan berpengaruh terhadap pendapatan Hotel Grand Tjokro Yogyakarta. Selain itu, dengan semakin banyaknya hotel-hotel yang berada di Yogyakarta menimbulkan persaingan yang semakin ketat, untuk itu dibutuhkan strategi-strategi pemasaran yang efektif untuk menarik minat konsumen sehingga terciptanya kepuasan konsumen itu sendiri.

Melihat kondisi yang terjadi, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul “PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL GRAND TJOKRO YOGYAKARTA.”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah bauran pemasaran 5P (*Product, Price, Place, Promotion, dan People*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?
2. Bauran pemasaran 5P (*Product, Price, Place, Promotion, dan People*) manakah yang paling dominan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen?

C. Batasan Masalah

Dari bauran pemasaran sebanyak 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, dan physical Evidence*) penelitian hanya membahas 5P yaitu (*Product, Price, Place, Promotion, dan People*) karena strategi ini lebih efektif untuk memahami kepuasan konsumen di Hotel Grand Tjokro Yogyakarta.

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bauran pemasaran 5P (*Product, Price, Place, Promotion, dan People*) apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen di Hotel Grand Tjokro Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui bauran pemasaran 5P (*Product, Price, Place, Promotion, dan People*) manakah yang paling dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand tjokro Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

Dengan dilaksanakannya penelitian ini di Hotel Grand Tjokro Yogyakarta, diharapkan dapat memberikan manfaat positif bagi hotel tersebut. Adapun manfaat yang diharapkan :

1. Bagi Peneliti

Penulis ingin mengetahui bauran pemasaran apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen di sebuah hotel dan dapat menambah pengetahuan, keterampilan serta pengalaman di dunia kerja yang sesungguhnya dan menerapkan teori-teori yang di dapat selama perkuliahan.

2. Bagi Perusahaan

Kajian penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi Hotel Grand Tjokro Yogyakarta untuk mengetahui variabel manakah dalam bauran pemasaran yang terdiri dari *Product, Price, Place, promotion and people* yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Grand Tjokro Yogyakarta. Dan sebagai evaluasi untuk meningkatkan serta mengembangkan peranya dalam menjalankan operasional hotel serta meningkatkan kepuasan konsumen.

3. Bagi Lembaga

Hasil penelitian diharapkan dapat digunakan sebagai bahan informasi untuk lembaga serta menjadi referensi untuk penelitian lebih lanjut yang berkaitan dengan usaha di bidang jasa serta kepuasan konsumen.