

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Dalam penelitian ini di dapat hasil perhitungan uji t pada variabel *product* diperoleh nilai t hitung $<$ t tabel yaitu $0,71 < 2,032$ dan tingkat signifikansi $0,944 > 0,05$. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *product* (X1) dengan kepuasan konsumen.

Uji t pada variabel *price* diperoleh nilai t hitung $<$ t tabel yaitu $1,528 < 2,032$ dan tingkat signifikansi $0,136 > 0,05$. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *price* (X2) dengan kepuasan konsumen.

Uji t pada variabel *place* diperoleh nilai t hitung $<$ t tabel yaitu $-1,729 < 2,032$ dan tingkat signifikansi $0,93 > 0,05$. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *place* (X3) dengan kepuasan konsumen.

Uji t pada variabel *people* diperoleh nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $2,429 > 2,032$ dan tingkat signifikansi $0,21 > 0,05$. Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara *people* (X) dengan kepuasan konsumen.

2. Kemudian hasil hipotesis **Ha6** yaitu diduga faktor *promotion* merupakan faktor yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen di Hotel Grand Tjokro Yogyakarta diterima. Alasannya karena setelah dilakukan uji t parsial terhadap variabel independen X4 yaitu faktor *promotion* ternyata berpengaruh secara signifikan. Dibuktikan dengan nilai t hitung $>$ t tabel yaitu $3,494 > 2,032$ dan tingkat signifikansi $0,01 < 0,05$ maka

variabel X4 (*promotion*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel y (kepuasan konsumen di hotel Grand Tjokro Yogyakarta).

B. Saran

1. Bagi Hotel Grand Tjokro Yogyakarta

Sebaiknya manajemen hotel lebih memperhatikan bauran pemasaran meliputi :

- a. Faktor *product*, lebih meningkatkan kualitas dari produk yang ditawarkan seperti makanan dan minuman disediakan lebih bervariasi agar tamu bisa merasakan makanan maupun minuman yang berbeda tiap harinya dan cita rasa makanan lebih baik dipertahankan.
- b. Faktor *price*, mempertahankan harga yang ditawarkan dengan fasilitas maupun pelayanan yang diberikan. Serta untuk fasilitas di area hotel harus di cek terus menerus agar tidak terdapat kendala saat ingin digunakan oleh tamu.
- c. Faktor *place*, dengan kondisi lahan parkir yang kurang memadai, sebaiknya manajemen menyediakan lahan parkir yang aman dan nyaman. Jadi, walaupun lahan parkir kurang memadai tetapi apabila hotel memberikan rasa aman dan nyaman untuk tamu saat membawa kendaraan pribadi maka tamu akan merasa puas.
- d. Faktor *promotion*, untuk department *sales and marketing* ditingkatkan lagi mempromosikan hotel melalui media sosial dengan

cara membuat desain iklan semenarik mungkin agar menarik perhatian konsumen.

e. Faktor *people*, untuk karyawan lebih cekatan dan ramah dalam mengatasi keluhan dan saat berhadapan dengan tamu.

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya dapat meneliti lebih lengkap lagi 7 variabel untuk menentukan seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dijadikan pembanding sekaligus melengkapi penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

A. Buku :

Alma, Buchari. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.

Danang Sunyoto dan Fathonah Eka. 2016. *Manajemen pemasaran Jasa*. Yogyakarta : CAPS.

Donni Junni Priansa. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.

Fandy Tjiptono. 2014 *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta. Andi Offset

_____. 2016. *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.

Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.

Priyatno Duwi. 2014. *Statistika untuk Ekonomi*, Jakarta: PT. Salemba Emban Patria.

Sandu Suyito & Muhhamad Ali Sodik. 2015. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Literasi Media Publishing.

Sugiono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2015. *Statistik Nonparametris untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.

_____. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

_____. 2018. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Zebua, Manahati. 2018. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta : Deepublish.

B. Jurnal :

Abdillah, Wahyu and Herawati, Andry (2018) *Pengaruh Bauran Pemasaran (7p) Terhadap Pengambilan Keputusan Siswa Dalam Memilih Sekolah Berbasis Entrepreneur (Studi Pada SMA Muhammadiyah 9 Surabaya)*.

Juniardi, Asdin, Siti Haerani, and Abdul Razak Munir. "Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Novotel Makassar Grand Shayla City Centre." *Hasanuddin Journal of Applied Business and Entrepreneurship* 1.4 (2018): 52-64.

Edwin, Setyo Purnomo. 2017. *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks"* Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis Volume 1, Nomor 6, Februari 2017: 755 – 764.

C. Internet :

[https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1301/BAB%203.pdf?sequence=10&isAllowed=y#:~:text=Menurut%20Esterberg%20dalam%20Sugiyono%20\(2015,atau%20makna%20dalam%20topik%20tertentu.](https://dspace.uc.ac.id/bitstream/handle/123456789/1301/BAB%203.pdf?sequence=10&isAllowed=y#:~:text=Menurut%20Esterberg%20dalam%20Sugiyono%20(2015,atau%20makna%20dalam%20topik%20tertentu.)

Lampiran 1

DATA RESPONDEN

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan
1	Novita	Perempuan	20-25 Tahun	D3	Lainnya
2	Marion Farno	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
3	Amri Dwi Kurniawan	Laki-Laki	20-25 Tahun	S2	Wirausaha
4	Yesi Nopriani	Perempuan	20-25 Tahun	D4/S1	Pegawai Swasta
5	Ayip Rosnandi, S.IP	Laki-Laki	>36 Tahun	D4/S1	Lainnya
6	Adiba Hasna Ramadhani	Perempuan	26-30 Tahun	D4/S1	Lainnya
7	Harist Al Hakim	Laki-Laki	20-25 Tahun	D3	Pegawai Negeri
8	Retno Mujiastuti	Perempuan	>36 Tahun	D3	Pegawai Negeri
9	Tri Sujoko	Laki-Laki	>36 Tahun	D4/S1	Pegawai Negeri
10	Rini Wartika	Perempuan	>36 Tahun	D4/S1	Lainnya
11	Wisnu Kristo Aji	Laki-Laki	>36 Tahun	S2	Pegawai Swasta
12	Tantri	Perempuan	>36 Tahun	S2	Pegawai Negeri
13	Anis	Perempuan	>36 Tahun	D4/S1	Pegawai Swasta
14	Yuliani	Perempuan	20-25 Tahun	D4/S1	Mahasiswa/Pelajar
15	Diah Tristiani	Perempuan	>36 Tahun	D4/S1	Wirausaha
16	Vevi	Perempuan	>36 Tahun	S2	Pegawai Negeri
17	Enny Widyaningsih	Perempuan	31-35 Tahun	SMA/SMK	Lainnya

18	Triyono	Laki-Laki	>36 Tahun	SMA/SMK	Lainnya
19	Didit	Laki-Laki	>36 Tahun	S2	Pegawai Negeri
20	Anthony	Laki-Laki	>36 Tahun	D3	Lainnya
21	Tri Joko	Laki-Laki	31-35 Tahun	D4/S1	Pegawai Negeri
22	Mutiara Budgie	Perempuan	20-25 Tahun	D3	Mahasiswa/Pelajar
23	Tri Sandi	Laki-Laki	31-35 Tahun	D4/S1	Wirausaha
24	Kristiana Desi Indrayani	Perempuan	20-25 Tahun	D4/S1	Mahasiswa/Pelajar
25	Noya Fatima	Perempuan	20-25 Tahun	D4/S1	Mahasiswa/Pelajar
26	Marselinus Jongo	Laki-Laki	20-25 Tahun	D4/S1	Mahasiswa/Pelajar
27	Amelia Suryanita	Perempuan	20-25 Tahun	D4/S1	Mahasiswa/Pelajar
28	Godensiana Anung	Perempuan	20-25 Tahun	D4/S1	Mahasiswa/Pelajar
29	Sesilia	Perempuan	20-25 Tahun	D3	Mahasiswa/Pelajar
30	Lupika	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
31	Apryan Sartono	Laki-Laki	20-25 Tahun	D4/S1	Pegawai Swasta
32	Debora	Perempuan	20-25 Tahun	D3	Mahasiswa/Pelajar
33	Agustinus Yogi Arda Pramana	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pegawai Swasta
34	Farhan	Laki-Laki	20-25 Tahun	D3	Wirausaha
35	Gusti Bimbar	Laki-Laki	20-25 Tahun	D4/S1	Mahasiswa/Pelajar
36	Nirmala Setia	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Lainnya
37	Afhend	Laki-Laki	20-25 Tahun	SMA/SMK	Pegawai Swasta

38	Lia Ningrum	Perempuan	20-25 Tahun	D3	Mahasiswa/Pelajar
39	Veda Florence	Perempuan	20-25 Tahun	SMA/SMK	Mahasiswa/Pelajar
40	Nurul Arifin	Laki-Laki	26-30 Tahun	SMA/SMK	Pegawai Swasta

Lampiran 2

PENGUMPULAN DATA

No	X1.1	X1.2	X1.3	T.X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	T.X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	T.X3
1	4	3	4	11	3	3	3	2	11	4	3	4	3	1	15
2	4	3	3	10	3	4	4	4	15	4	4	4	4	1	17
3	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	1	13
4	4	3	3	10	3	3	3	2	11	3	3	3	2	3	14
5	4	3	3	10	3	3	3	3	12	4	3	4	3	3	17
6	3	4	4	11	3	4	3	4	14	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	12	3	3	3	4	13	3	3	4	4	3	17
8	3	3	2	8	3	3	3	3	12	3	3	2	3	3	14
9	3	4	3	10	4	4	4	3	15	4	3	4	3	4	18
10	4	4	4	12	3	3	3	3	12	4	3	4	4	4	19
11	3	3	3	9	3	4	3	3	13	3	3	3	3	3	15
12	3	4	3	10	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
13	3	3	3	9	3	3	3	3	12	4	2	3	3	3	15
14	4	3	4	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	2	14
15	4	4	3	11	4	4	4	2	14	4	4	4	3	3	18
16	3	3	4	10	3	3	3	4	13	3	3	3	3	3	15
17	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	1	13
18	4	4	4	12	4	4	4	4	16	3	4	4	4	1	16
19	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15

20	4	3	3	10	3	3	4	4	14	3	2	3	4	1	13
21	4	3	3	10	3	2	3	4	12	3	1	3	3	1	11
22	4	3	3	10	3	3	4	3	13	4	4	4	3	2	17
23	4	4	3	11	4	4	3	4	15	3	2	3	4	2	14
24	4	4	4	12	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	19
25	4	3	4	11	3	4	4	3	14	3	3	3	4	4	17
26	4	4	4	12	4	4	4	3	15	3	3	3	3	3	15
27	3	3	3	9	3	4	3	3	13	3	3	3	3	3	15
28	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
29	3	3	2	8	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
30	3	2	3	8	2	3	2	3	10	3	3	3	3	3	15
31	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20
32	3	3	3	9	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15
33	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	19
34	4	4	4	12	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	19
35	4	3	3	10	4	4	3	3	14	4	3	4	3	3	17
36	4	4	4	12	4	4	4	3	15	4	4	4	3	4	19
37	4	4	4	12	4	4	3	3	14	3	3	4	3	4	17
38	3	3	3	9	3	3	4	4	14	4	3	3	3	3	16
39	4	4	4	12	4	4	4	3	15	4	3	4	4	4	19
40	3	4	3	10	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	19
	Total			413	Total				537	Total					646

No	X4.1	X4.2	X4.3	T.X4	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	T.X5	Y.1	Y.2	Y.3	T.Y
1	4	3	3	10	3	3	3	3	4	16	3	3	3	9
2	4	3	4	11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
3	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
4	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
5	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
6	4	3	3	10	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
7	3	3	4	10	4	3	3	4	4	18	3	3	3	9
8	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
9	4	4	4	12	4	4	4	4	3	19	4	4	4	12
10	3	3	3	9	4	3	4	3	3	17	3	3	3	9
11	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
12	3	3	3	9	4	4	4	4	3	19	3	3	3	9
13	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
14	3	3	3	9	4	3	3	4	4	18	3	3	4	10
15	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
16	3	4	3	10	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
17	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
18	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
19	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
20	4	3	4	11	3	3	3	3	3	15	4	4	4	12
21	3	3	2	8	3	4	3	3	3	16	4	3	3	10
22	4	4	4	12	4	3	4	3	4	18	4	4	4	12
23	4	3	2	9	3	4	4	3	3	17	4	3	3	10
24	4	4	3	11	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12

25	4	3	4	11	4	4	4	4	4	20	4	4	3	11
26	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
27	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
28	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
29	3	4	4	11	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
30	3	3	3	9	3	2	3	3	3	14	3	3	3	9
31	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
32	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
33	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
34	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
35	4	4	3	11	3	4	4	4	3	18	4	4	4	12
36	4	3	3	10	4	3	4	4	4	19	4	3	3	10
37	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
38	3	3	3	9	3	3	3	3	3	15	3	3	3	9
39	3	4	4	11	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
40	4	4	4	12	3	4	4	4	4	19	4	3	3	10
	Total			407	Total					692	Total			412

Lampiran 3

KUESIONER PENELITIAN

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

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Saudara/i

Perkenalkan saya Maria Verani Dawa, mahasiswi Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAND TJOKRO YOGYAKARTA”**

Sehubung dengan penulisan skripsi tersebut, saya mengharapkan kesediaan responden untuk mengisi jawaban dari pernyataan kuesioner ini dengan jujur dan benar. Data responden akan dijamin kerahasiaannya dan hanya untuk penelitian semata. Untuk itu saya mengharapkan kesediaan saudara/I untuk membantu mengisi kuesioner online dengan link <https://forms.gle/kc7hFu8au7bqFVTo8> ini. Atas bantuan dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Maria Verani Dawa

A. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah pernyataan dengan saksama
2. Berilah tanda checklist (√) pada kolom yang sesuai dengan jawaban anda
3. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban
4. Ada empat alternatif jawaban, yaitu :
 - SS** : Sangat Setuju (4)
 - S** : Setuju (3)
 - TS** : Tidak Setuju (2)
 - STS** : Sangat Tidak Setuju (1)
5. Dimohon jawaban dalam setiap pernyataan tidak ada yang terlewatkan
6. Hasil penelitian hanya untuk kepentingan akademis saja dan tidak berpengaruh terhadap status responden.

B. Identitas Responden :

- Nama :
- Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
- Usia : 20-25 Tahun 26-30 Tahun
 31-35 Tahun >36 Tahun
- Pendidikan : SMA/SMK D3
 D4/S1 S2
- Pekerjaan : Mahasiswa/Pelajar Pegawai Swasta
 Pegawai Negeri Wirausaha
 Lainnya...

C. Bauran Pemasaran (X)

1. *Product* (Produk)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Kamar Hotel Grand Tjokro Yogyakarta bersih dan nyaman				
2	Cita rasa makanan yang disajikan enak dan menarik				
3	Kelengkapan fasilitas yang disediakan Hotel Grand Tjokro Yogyakarta sesuai dengan kebutuhan tamu				

2. *Price* (Harga)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang diberikan				
2	Harga jual kamar, makanan, dan minuman terjangkau				
3	Harga paket event yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan				
4	Harga yang ditawarkan tidak jauh berbeda dengan harga yang ditawarkan oleh hotel				

	sejenis lainnya				
--	-----------------	--	--	--	--

3. *Place* (Tempat/Lokasi)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Lokasi Hotel Grand Tjokro Yogyakarta dapat dilihat dengan jelas dari tepi jalan				
2	Jalan yang dilalui menuju lokasi Hotel Grand Tjokro Yogyakarta lancar karena tidak melalui titik yang rawan macet				
3	Lokasi Hotel Grand Tjokro Yogyakarta dapat dijangkau oleh kendaraan dan transportasi umum				
4	Hotel Grand Tjokro Yogyakarta berada pada lingkungan yang berdekatan dengan hotel lain				
5	Tempat parkir yang disediakan Hotel grand Tjokro Yogyakarta aman dan nyaman				

4. *Promotion* (Promosi)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Hotel Grand Tjokro Yogyakarta				

	mempromosikan lewat brosur, website dan media sosial lainnya				
2	Desain iklan yang di promosikan menarik perhatian				
3	Iklan yang ditampilkan melalui media online dan media cetak memiliki daya tarik				

5. *People* (Manusia)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Karyawan Hotel Grand Tjokro Yogyakarta berpenampilan rapih dan menarik				
2	Karyawan Hotel Grand Tjokro Yogyakarta memiliki gesture tubuh yang baik saat berhadapan dengan tamu				
3	Karyawan Hotel Grand Tjokro Yogyakarta memiliki tutur kata yang baik saat berbicara dengan tamu				
4	Karyawan Hotel Grand Tjokro Yogyakarta sigap dalam menyelesaikan masalah yang dikeluhkan oleh tamu				
5	Karyawan Hotel Grand Tjokro Yogyakarta				

	memberikan informasi yang akurat terhadap semua pertanyaan tamu				
--	---	--	--	--	--

D. Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Saya merasa puas menginap atau berkunjung di Hotel Grand Tjokro Yogyakarta				
2	Saya akan menginap kembali di Hotel Grand Tjokro Yogyakarta				
3	Saya akan merekomendasikan Hotel Grand Tjokro Yogyakarta kepada orang lain				

Lampiran 4

SURAT KETERANGAN IZIN PENELITIAN

	YAYASAN PENDIDIKAN KARTA SEJATI-TEKA SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA	
	<small>Jl. Sekeloa Kidul No. 4 (Tegayut, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281 Telp / Fax : (0274) 485115 - 485116 Website : www.stpar.ac.id Email : info@stpar.ac.id, ampta@ykn.ac.id</small>	
Nomor : 7194/LAMP/A/II/2022		Yogyakarta, 17 Februari 2022
Hal : Penawaran Penelitian		
Kepada Yth. Bapak Bernardi HRD Grand Tjokro Yogyakarta Jl. Affandi No. 57, Karang Gayam DIV		
Dengan Hormat,		
Dengan ini kami menawarkan penawaran untuk melaksanakan Penelitian di Hotel Grand Tjokro Yogyakarta, DIV selama 4 minggu berturut-turut mulai tanggal 21 Februari 2022 sampai dengan tanggal 21 Maret 2022, bagi mahasiswa/i dari Jurusan DIV Pengolahan Perhotelan.		
Nama Mahasiswa : Mira Vereni Dicky No Mahasiswa : 318101251 Semester : VIII (144300)		
Bihar kami bisa menerima kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul : "PENGARUH BAHAN PEMASARAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL GRAND TJOKRO YOGYAKARTA" . Proposal Penelitian akan dikemudian oleh mahasiswa yang bersangkutan.		
Ain terimakasih kami ucapkan sebelumnya.		
		Hormat kami Keturun
		 Drs. Sutrisno, M.M
Terbaca: -File		

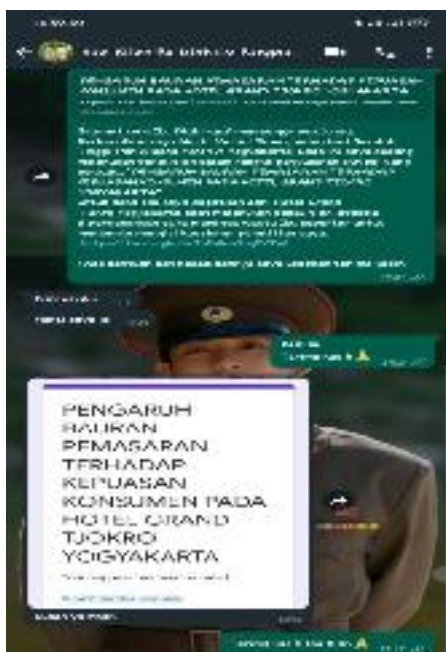
Lampiran 5

SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN



Lampiran 6

KUESIONER ONLINE



Lampiran 7

HASIL UJI VALIDITAS

```

CORRELATIONS
  /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X3.1 X3.2 X3.3 X3.4
X3.5 X4.1 X4.2 X4.3 X5.1 X5.2 X5.3 X5.4 X5.5 Y1.1 Y1.2 Y1.3 TOTAL
  /PRINT=TWOTAIL NOSIG
  /MISSING=PAIRWISE.
    
```

Correlations

Notes		
Output Created		19-MAR-2022 13:27:14
Comments		
	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
Input	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
Missing Value Handling		Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
	Cases Used	
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X4.1 X4.2 X4.3 X5.1 X5.2 X5.3 X5.4 X5.5 Y1.1 Y1.2 Y1.3 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00,09
	Elapsed Time	00:00:00,22

[DataSet0]

		X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
X1.1	Pearson Correlation	1	.357 [*]	.526 ^{**}	.441 ^{**}	.246	.415 ^{**}	.058	.228	.120	.524 ^{**}	.372 [*]	-.077
	Sig. (2-tailed)		.024	.000	.004	.126	.008	.723	.158	.461	.001	.018	.635
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.2	Pearson Correlation	.357 [*]	1	.519 ^{**}	.787 ^{**}	.579 ^{**}	.522 ^{**}	.283	.301	.398 [*]	.579 ^{**}	.428 ^{**}	.431 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.024		.001	.000	.000	.001	.077	.060	.011	.000	.006	.006
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X1.3	Pearson Correlation	.526 ^{**}	.519 ^{**}	1	.375 [*]	.376 [*]	.307	.233	.181	.327 [*]	.537 ^{**}	.451 ^{**}	.263
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.017	.017	.054	.148	.263	.039	.000	.004	.101
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.1	Pearson Correlation	.441 ^{**}	.787 ^{**}	.375 [*]	1	.720 ^{**}	.644 ^{**}	.198	.339 [*]	.372 [*]	.543 ^{**}	.234	.330 [*]
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.017		.000	.000	.222	.033	.018	.000	.146	.037
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.2	Pearson Correlation	.246	.579 ^{**}	.376 [*]	.720 ^{**}	1	.537 ^{**}	.159	.311	.582 ^{**}	.496 ^{**}	.372 [*]	.439 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.126	.000	.017	.000		.000	.327	.051	.000	.001	.018	.005
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.3	Pearson Correlation	.415 ^{**}	.522 ^{**}	.307	.644 ^{**}	.537 ^{**}	1	.307	.439 ^{**}	.484 ^{**}	.451 ^{**}	.364 [*]	.150
	Sig. (2-tailed)	.008	.001	.054	.000	.000		.054	.005	.002	.003	.021	.355
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X2.4	Pearson Correlation	.058	.283	.233	.198	.159	.307	1	.028	.087	.159	.591 ^{**}	-.015
	Sig. (2-tailed)	.723	.077	.148	.222	.327	.054		.865	.592	.327	.000	.929
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
X3.1	Pearson Correlation	.228	.301	.181	.339 [*]	.311	.439 ^{**}	.028	1	.422 ^{**}	.681 ^{**}	.134	.277
	Sig. (2-tailed)	.158	.060	.263	.033	.051	.005	.865		.007	.000	.409	.084

	X4.1	X4.2	X4.3	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	X5.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	TOTAL
Pearson Correlation	.473**	.248	.261	.473**	.394*	.455**	.413**	.574**	.556**	.496**	.496**	.542**
X1.1 Sig. (2-tailed)	.002	.123	.104	.002	.012	.003	.008	.000	.000	.001	.001	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.448**	.479**	.357*	.635**	.702**	.743**	.688**	.541**	.557**	.436**	.436**	.773**
X1.2 Sig. (2-tailed)	.004	.002	.024	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.005	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.325*	.248	.237	.588**	.326*	.437**	.555**	.676**	.349*	.392*	.392*	.606**
X1.3 Sig. (2-tailed)	.041	.123	.142	.000	.040	.005	.000	.000	.027	.012	.012	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.595**	.709**	.375*	.402*	.752**	.723**	.658**	.499**	.723**	.570**	.570**	.785**
X2.1 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.017	.010	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.636**	.497**	.457**	.451**	.621**	.733**	.684**	.544**	.642**	.636**	.543**	.777**
X2.2 Sig. (2-tailed)	.000	.001	.003	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.589**	.520**	.635**	.495**	.572**	.609**	.552**	.589**	.703**	.670**	.574**	.751**
X2.3 Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.259	.164	.085	.089	.337*	.211	.235	.174	.381*	.224	.224	.340*
X2.4 Sig. (2-tailed)	.106	.312	.602	.584	.033	.190	.144	.282	.015	.164	.164	.032
N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
Pearson Correlation	.442**	.274	.270	.341*	.259	.455**	.296	.341*	.354*	.330*	.330*	.507**
X3.1 Sig. (2-tailed)	.004	.087	.093	.032	.107	.003	.063	.032	.025	.037	.037	.001

	Pearson Correlation	.588**	.535**	.326*	.496**	1	.783**	.731**	.496**	.783**	.677**	.583**	.758**
X5.2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.040	.001		.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.704**	.568**	.437**	.704**	.783**	1	.751**	.603**	.800**	.714**	.612**	.881**
X5.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.548**	.504**	.555**	.750**	.731**	.751**	1	.750**	.651**	.654**	.654**	.851**
X5.4	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.596**	.441**	.588**	.697**	.496**	.603**	.750**	1	.603**	.595**	.595**	.794**
X5.5	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.804**	.568**	.437**	.503**	.783**	.800**	.651**	.603**	1	.816**	.714**	.823**
Y1.1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.001	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.698**	.632**	.660**	.595**	.677**	.714**	.654**	.595**	.816**	1	.896**	.820**
Y1.2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
	Pearson Correlation	.595**	.632**	.571**	.595**	.583**	.612**	.654**	.595**	.714**	.896**	1	.760**
Y1.3	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40
TOT	Pearson Correlation	.746**	.677**	.647**	.741**	.758**	.881**	.851**	.794**	.823**	.820**	.760**	1
AL	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed). **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Lampiran 8

HASIL UJI RELIABILITAS

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X3.1 X3.2 X3.3 X3.4
X3.5 X4.1 X4.2 X4.3 X5.1 X5.2 X5.3 X5.4 X5.5 Y1.1 Y1.2 Y1.3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes

Output Created		19-MAR-2022 13:28:15
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
Missing Value Handling	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 X3.5 X4.1 X4.2 X4.3 X5.1 X5.2 X5.3 X5.4 X5.5 Y1.1 Y1.2 Y1.3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

[DataSet0]

```
RELIABILITY
/VARIABLES=X1PRODUCT X2PRICE X3PLACE X4PROMOTION X5PEOPLE
YKEPUASANKONSUMEN
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes

Output Created		23-MAR-2022 12:51:50
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
Missing Value Handling	Matrix Input	
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.

	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax		RELIABILITY /VARIABLES=X1PRODUCT X2PRICE X3PLACE X4PROMOTION X5PEOPLE YKEPUASANKONSUMEN /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,05

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1PRODUCT	67.3500	58.438	.732	.906
X2PRICE	64.2500	52.449	.813	.892
X3PLACE	61.5250	48.461	.701	.916
X4PROMOTION	67.5000	57.692	.796	.900
X5PEOPLE	60.3750	43.933	.887	.882
YKEPUASANKONSUMEN	67.3750	55.984	.804	.896

Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	40	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	23

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	74.1000	70.349	.499	.942
X1.2	74.2750	67.794	.746	.939
X1.3	74.3250	69.046	.561	.942
X2.1	74.3500	67.926	.760	.939
X2.2	74.2250	67.666	.750	.939
X2.3	74.3000	68.062	.722	.939
X2.4	74.4000	71.631	.276	.946
X3.1	74.2500	70.654	.462	.943
X3.2	74.5250	67.897	.591	.941
X3.3	74.2250	67.769	.738	.939
X3.4	74.4000	70.400	.487	.942
X3.5	74.8250	68.353	.317	.952
X4.1	74.2250	68.538	.719	.940
X4.2	74.3000	69.292	.644	.941
X4.3	74.3250	68.635	.606	.941
X5.1	74.2250	68.589	.713	.940
X5.2	74.2500	67.885	.729	.939
X5.3	74.1750	67.328	.867	.938
X5.4	74.2000	67.600	.834	.938
X5.5	74.2250	68.128	.770	.939
Y1.1	74.1750	67.840	.802	.939
Y1.2	74.2750	67.999	.800	.939
Y1.3	74.2750	68.512	.734	.939

NEW FILE.

DATASET NAME DataSet1 WINDOW=FRONT.

FREQUENCIES VARIABLES=JENISKELAMIN USIA PENDIDIKAN PEKERJAAN
/ORDER=ANALYSIS.

Notes

Output Created		19-MAR-2022 15:51:48
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet1
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	40
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax		FREQUENCIES VARIABLES=JENISKELAMIN USIA PENDIDIKAN PEKERJAAN /ORDER=ANALYSIS.
Resources	Processor Time	00:00:00,02
	Elapsed Time	00:00:00,02

[DataSet1]

Statistics

		JENISKELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	PEKERJAAN
N	Valid	40	40	40	40
	Missing	0	0	0	0

JENISKELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PEREMPUAN	22	55.0	55.0	55.0
	LAKI-LAKI	18	45.0	45.0	100.0
	Total	40	100.0	100.0	

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
20-25 TAHUN	23	57.5	57.5	57.5
26-30 TAHUN	2	5.0	5.0	62.5
Valid 31-35 TAHUN	3	7.5	7.5	70.0
>36 TAHUN	12	30.0	30.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Frequencies**PENDIDIKAN**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA/SMK	9	22.5	22.5	22.5
D3	9	22.5	22.5	45.0
Valid D4/S1	17	42.5	42.5	87.5
S2	5	12.5	12.5	100.0
Total	40	100.0	100.0	

PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PELAJAR/MAHASISWA	14	35.0	35.0	35.0
WIRAUSAHA	4	10.0	10.0	45.0
PEGAWAI SWASTA	7	17.5	17.5	62.5
Valid PEGAWAI NEGERI SIPIL /PNS	7	17.5	17.5	80.0
LAINYA	8	20.0	20.0	100.0
Total	40	100.0	100.0	

Lampiran 9

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

REGRESI LINIER BEGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X5PEOPLE, X3PLACE, X4PROMOTION, X1PRODUK, X2PRICE ^b		Enter

a. Dependent Variable: YKEPUASANKONSUMEN

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885 ^a	.783	.751	.69892

a. Predictors: (Constant), X5PEOPLE, X3PLACE, X4PROMOTION, X1PRODUK, X2PRICE

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.791	5	11.958	24.480	.000 ^b
	Residual	16.609	34	.488		
	Total	76.400	39			

a. Dependent Variable: YKEPUASANKONSUMEN

b. Predictors: (Constant), X5PEOPLE, X3PLACE, X4PROMOTION, X1PRODUK, X2PRICE

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.012	1.052		-.011	.991
X1PRODUK	.010	.144	.010	.071	.944
X2PRICE	.176	.115	.209	1.528	.136
X3PLACE	-.127	.074	-.201	-1.729	.093
X4PROMOTION	.512	.147	.468	3.494	.001
X5PEOPLE	.271	.112	.428	2.419	.021

a. Dependent Variable: YKEPUASANKONSUMEN

Lampiran 10

SERTIFIKAT CHSE HOTEL GRAND TJOKRO YOGYAKARTA



Lampiran 11

DOKUMENTASI DI GRAND TJOKRO YOGYAKARTA







