SKRIPSI

PENGARUH PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE TERHADAP HUNIAN KAMAR PADA HOTEL CRYSTAL LOTUS YOGYAKARTA

Oleh:

REA KARTIKA PUTRI

NO. MHS: 313100667

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN HOTEL
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2017

PENGARUH PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE TERHADAP HUNIAN KAMAR PADA HOTEL CRYSTAL LOTUS YOGYAKARTA

Skripsi

Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh
Derajat Sarjana Terapan Pariwisata

Oleh:

REA KARTIKA PUTRI

NO. MHS: 313100667

PROGRAM STUDI PENGELOLAAN HOTEL
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA
2017

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA HOTEL CRYSTAL LOTUS YOGYAKARTA

Oleh:

REA KARTIKA PUTRI

NO. MHS: 313100667

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I	Pembimbing II
Ali Hasan, SE, MM.	Hari Rachmadi, SE, M.M.
NIDN. 0007106001	NIDN. 0505076501

Mengetahui

Ketua Jurusan Perhotelan

Hermawan Prasetyo, S.Sos S.St.,M.M

NIDN. 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

PENGARUH PEMASARAN MELALUI E-COMMERCE TERHADAP TINGKAT HUNIAN KAMAR PADA HOTEL CRYSTAL LOTUS YOGYAKARTA

SKRIPSI

Oleh:

REA KARTIKA PUTRI

No. Mhs: 313100667

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan

Pada Tanggal:

TIM PENGUJI

Penguji Utama	: Dra. Sri Larasati, M.M NIDN.0511095401	**: _____**
Penguji I	: Ali Hasan, SE, MM NIDN. 0007106001	**: _____**
Penguji II	: Hari Rachmadi, SE, M.M. NIDN. 0505076501	**: _____**

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. Prihatno, MM

NIDN. 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan dibawah ini

Nama	:	Rea Kartika Putri
No. Mhs	:	313100667
Program Studi	:	ADH (Administrasi Hotel)
Judul Skripsi	:	Pengaruh Pemasaran melalui E-commerce terhadap Presepsi Hunian Kamar Crystal Lotus Hotel Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, Oktober 2017

Rea Kartika Putri

MOTTO

Be strong enough to let go and wise enough to wait for what you deserve
-Writer

Set goals, say prayers, work hard! Don’t stop until you are proud!
-Writer

Not my will but Yours be done
-Luke 22:49

He has made everything beautiful in it’s time
-Ecclesiastes 3:11

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan segala puji syukur kepada Tuhan yang Maha Esa dan atas dukungan serta doa dari orang-orang tercinta, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dengan rasa bangga dan bahagia saya haturkan rasa syukur dan terimakasih saya kepada:

1. Ayah dan Ibu yang setiap hari selalu memberi semangat, materi, dan doa yang nggak pernah putus untuk Rea. Terimakasih untuk semangat dan kerja keras kalian, terimakasih sudah selalu menjadi kekuatan untuk Rea, dan terimakasih untuk segala sesuatu yang sudah kalian berikan untuk Rea.
2. Adik yang selalu menghibur disaat suntuk. Terimakasih ya sist buat supportnya. Semoga kita berdua bisa lulus dengan hasil yang memuaskan ya, semangat Unnya. Xo.
3. Untuk Imas, Hengki, Mbak Isti, Aulia, dan Mbak Dui terimakasih support dan bantuannya dalam menyelesaikan skripsi ini, cinta kalian. Tanpa kalian yang terus membantu Rea, pasti skripsi ini *stuck* ditengah jalan. Sukses untuk kalian semua. See you on top, guys! Segera kerja dan nikah ya!
4. Christian Youth 13, terimakasih untuk setiap doanya dan perhatiannya dalam Rea mengerjakan skripsi ini. God bless abundantly you guys!!
5. Rekan serta sahabat seperjuangan dari berbagai bidang terutama keluarga besar dari jurusan Administrasi Hotel 2013 STP AMPTA Yogyakarta. Tetap semangat, tetep solid dan saling dukung. Terimakasih untuk kenangan

indah, canda tawa, tangisan, dan perjuangan yang telah kita lalui bersama. Semangat!!

6. Rea Kartika Putri, terimakasih sudah mau jatuh bangun demi skripsi ini dan gelar yang akan diterima. You did it girl!! Jangan patah semangat untuk gelar gelar selanjutnya dan pendidikan yang lebih tinggi!

Dan semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-persatu, yang terus mendukung dan mendoakan yang terbaik untuk penulis. Terimakasih sebesar-besarnya untuk kalian semua, akhir kata saya persembahkan skripsi ini untuk kalian semua.

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha sepenuh hati, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai ge;ar Sarjana Sain Terapan Pariwisata pada Program Studi Administrasi Hotel Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah pengaruh E-commerce terhadap presepsi tingkat hunian kamar pada Crystal Lotus Hotel. Dimana ada pengaruh pada masa sekarang ini penjualan dan pemasaran melalui E-commerce. Selain penjualan melalui E-commerce penulis juga menemukan faktor lain yang mempengaruhi tingkat hunian kamar yaitu walk-in guest ataupun pemesanan group melalui travel agent.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai 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 mewujudkan skripsi ini.

Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya secara tulus ikhlas penulis ucapkan kepada:

1. Bapak Ali Hasan, SE, MM. selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar dan arif memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.

2. Bapak Hari Rachmadi, SE, M.Mpar. selaku Pembimbing II yang telah dengan arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan, serta petunjuk-petunjuk pada penulisan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Sri Larasati, MM selaku penguji utama.
4. Bapak Drs. Prihatno M.M selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.
5. Bapak Juna Indra selaku *General* Manager, Bapak Ari Wibowo selaku *Director of Human Resource*, dan Bapak Zulfa selaku *Front Office Manager* Crystal Lotus Hotel Yogyakarta yang telah memberikan izin kepada penulis untuk mengadakan penelitian.
6. Para informan penelitian yang telah meluangkan waktu untuk menyampaikan berbagai informasi dan menjawab pertanyaan yang diajukan.
7. Seluruh dosen dan semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu. Terimakasih atas segala ilmu, pengalaman dan bantuan yang telah diberikan kepada penulis.

Semoga bantuan Bapak/Ibu dan para informan dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis berharap semoga hasil penelitian ini bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembangan ilmu pengetahuan.

Tak lupa penulis berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya. Akhir kata penulis mengucapkan terimakasih.

Yogyakarta, Juni 2017

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i

HALAMAN PENGESAHAN ii

BERITA ACARA UJIAN iii

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI iv

HALAMAN MOTTO v

HALAMAN PERSEMBAHAN vi

KATA PENGANTAR viii

DAFTAR ISI xi

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR LAMPIRAN xv

ABSTRAK xvi

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang 1

B. Rumusan Masalah 5

C. Tujuan Penelitian 5

D. Manfaat Penelitian 5

BAB II LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori 7

1. Pengertian *E-commerce* 7

2. Jenis-jenis *E-commerce* di Indonesia 8

3. Pengukuran di *E-commerce* 10

4. Manfaat *E-commerce* dalam Bisnis 12

5. *E-travel* 14

6. Hotel sebagai Suatu Produk 15

7. Pemasaran 18

8. Jenis *E-marketing* 19

9. Keunggulan *E-marketing* 20

10. Perilaku konsumen 24

11. Presepsi tingkat hunian kamar 25

B. Kerangka Pemikiran 28

C. Penelitian terdahulu 28

D. Hipotesis 29

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian 32

B. Tempat dan Waktu Penelitian 33

C. Variabel dan Indikator Pengukuran 33

D. Metode Pengumpulan Data 33

E. Populasi Penelitian 34

F. Sample Penelitian 35

G. Alat Analisis Data 35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian 42

B. Analisis Data 47

C. Pengujian Hipotesis 65

D. Pembahasan 71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....74

B. Saran.....75

DAFTAR PUSTAKA 77

LAMPIRAN 78

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Jenis Kelamin.....45

Tabel 4.2 Usia 46

Tabel 4.3 Pekerjaan 47

Tabel 4.4 E-commerce yang digunakan 48

Tabel 4.5 Variabel kualitas informasi E-commerce 50

Tabel 4.6 Variabel kualitas pelayanan E-commerce.....53

Tabel 4.7 Variabel presepsi tingkat hunian kamar 56

Tabel 4.8 Hasil uji validitas 60

Tabel 4.9 Hasil uji reabilitas 61

Tabel 4.10 Hasil uji F 63

Tabel 4.11 Hasil uji T 65

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi 67

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian dari STP AMPTA

Lampiran 2 Surat Keterangan Penelitian dari Crystal Lotus Hotel

Lampiran 3 Sertifikat Training

Lampiran 4 Tabel F

Lampiran 5 Tabel t

Lampiran 6 Output SPSS Frekuensi Karakteristik Responden

Lampiran 7 Output SPSS Frekuensi Jawaban Responden

Lampiran 8 Output SPSS Uji Validitas

Lampiran 9 Output SPSS Uji Reabilitas

Lampiran 10 Output SPSS Regresi Linier

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari pemasaran melalui E-commerce terhadap presepsi tingkat hunian kamar pada Crystal Lotus Hotel Yogyakarta. Variabel bebas penelitian ini yaitu kualitas informasi E-commerce dan kualitas pelayanan E-commerce dengan variabel terikatnya yaitu presepsi tingkat hunian kamar. Penelitian ini termasuk dalam penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah tamu yang menginap ke Crystal Lotus Hotel Yogyakarta. teknik sampling probability dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, dengan metode sample random sampling, mengambil sampel secara acak. Jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reabilitas. Teknik analisis data yang digunakan utnuk menjawab hipotesis penelitian ini adalah regresi berganda.

Hasil penelitian pada tarif signifikansi 5% meunjukkan bahwa: (1) Terdapat pengaruh kualitas informasi terhadap presepsi tingkat hunian kamar di Crystal Lotus Hotel Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dari nilai t hitung sebesar 2,348 > t tabel 1,678; signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,023<0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,629; (2) Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap presepsi tingkat hunian kamar di Crystal Lotus Hotel Yogyakarta. Hal ini dibuktikan dari nilai *t* hitung 2,084 > *t* tabel 1,678; signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,043<0,05), dan koefisien regresi mempunyai nilai positif sebesar 0,421; (3) Terdapat pengaruh yang signifikan anatara penerapan E-commerce terhadap presepsi tingkat hunian kamar di Crystal Lotus Hotel Yogyakarta, hal ini dibuktikan dengan nlai uji F hitung sebesar 15,280 > nilai F tabel yang disyaratkan sebesar 3,2 dan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yang disyaratkan sebesar 5% atau 0,05; dan (4) Variabel terikat yaitu presepsi tingkat hunian hotel dipengaruhi oleh kualitas informasi E-commerce dan kualitas pelayanan E-commerce sebesar 36,8%, Berdasarkan hasil koefisiensi determinasi (R^2) menunjukkan angka sebesar 0,368. Kualitas informasi E-commerce dan kualitas pelayanan E-commerce bukan merupakan faktor yang dominan pada presepsi tingkat hunian kamar, masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi seperti pemesanan kamar secara langsung atau walk-in guest, travel agent, dan sebagainya.

Kata kunci : *E-commerce*, presepsi hunian kamar

ABSTRACT

Purpose of this research is to know the influence of marketing through E-commerce on the perception of room occupancy rate at Crystal Lotus Hotel Yogyakarta. The independent variables of this research are the quality of E-commerce information and the quality of E-commerce services with the dependent variable that is the perception of occupancy. This research is included in quantitative research. Population in this research is guest who stay at Crystal Lotus Hotel Yogyakarta. probability sampling technique in which each member of the population has the same chance of being selected into a sample, by a sample random sampling method, taking a random sample. The number of samples in this research as many as 50 people. Data collection techniques in this research using questionnaires that have been tested for validity and reliability. Data analysis techniques used to answer this research hypothesis is multiple regression.

The result of the research at the 5% significance rate indicates that: (1) There is influence of the quality of information on the perception of occupancy level of room at Crystal Lotus Hotel Yogyakarta. This is evidenced from the value of t arithmetic of 2.348> t table 1.678; significance is less than 0.05 (0.023 <0.05), and the regression coefficient has a positive value of 0.629; (2) There is influence of service quality toward room occupancy rate perception at Crystal Lotus Hotel Yogyakarta. This is evidenced from the value of t arithmetic 2.084> t table 1.678; significance is less than 0.05 (0.043 <0.05), and the regression coefficient has a positive value of 0.421; (3) There is significant influence of E-commerce application toward room occupancy rate perception at Crystal Lotus Hotel Yogyakarta, it is proved by nlai F test count equal to 15,280> F value of table as required 3.2 and significance level 0.000 less than the required level of significance of 5% or 0.05; and (4) dependent variable that is perception of hotel occupancy rate influenced by E-commerce information quality and service quality of E-commerce equal to 36,8%, Based on result coefficient of determination (R2) show number equal to 0,368. The quality of E-commerce information and the quality of E-commerce services is not the dominant factor in the occupancy rate perception, there are still other factors that influence such as direct booking or walk-in guest, travel agent, and so on.

Keyword : E-commerce, perception of room occupancy

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Saat ini berwisata seperti kebutuhan utama bagi masyarakat. Saat akhir pekan misalnya, banyak karyawan kantor yang memilih bertamasya bersama keluarga maupun sahabat mereka. Tidak hanya berwisata dalam kota tetapi juga berwisata keluar kota. Berwisata alam menjadi alternative hiburan bagi mereka yang tinggal diperkotaan, dikala jenuh dengan kemacetan dan tekanan dipekerjaan berwisata menikmati alam dapat *refresh* kembali pikiran para karyawan.

Kota Jogja adalah kota yang sering kali dikunjungi saat liburan. Masyarakat yang tinggal disekitar Jogja seperti misalnya Solo, Magelang, Semarang, dan sekitarnya kerap kali mengunjungi Jogja di akhir pekan untuk berwisata. Tidak hanya masyarakat sekitar Jogja saja yang mengunjungi Jogja melainkan masyarakat dari Bandung, Jakarta, bahkan Surabaya juga sering kalau menjadikan Jogja sebagai kota pilihan mereka untuk menghabiskan akhir pekan. Maka dari itu, dengan banyaknya wisatawan yang banyak mengunjungi Jogja haruslah didukung dengan tersedianya sarana penunjang, seperti akomodasi perhotelan. Dengan banyaknya wisatawan yang membutuhkan akomodasi penginapan, banyak

pengusaha yang melihat peluang tersebut dan berlomba-lomba membangun hotel.

Banyaknya hotel yang dibangun juga membuat persaingan yang semakin ketat antara hotel satu dengan hotel yang lain. Tamu haruslah menarik tamu lebih banyak lagi. Berbagai cara memasarkan hotel dilakukan oleh *department sales and marketing*, termasuk melalui *E-commerce.* Dimana harga kamar bagi *walk-in guest* dengan tamu yang membeli voucher karena rmelalui *E-commerce* akan sangatlah berbeda. Terutama saat sedang *high season* tamu yang sudah lebih dulu melakukan pemesanan melalui *E-commerce* dan telah melakukan transaksi tidak perlu takut tidak kebagian kamar untuk menginap. Reservasi melalui *E-commerce* sangatlah mudah serta cepat, Banyak tamu yang lebih memilih reservasi melalui *E-commerce* dibandingkan datang secara langsung karena selain mudah dan *simple* juga bias dilakukan dimana saja dalam keadaan apa saja.

Apa itu *E-commerce*? *E-commerce* adalah penjualan maupun pembelian yang dilakukan secara *online* menggunakan media internet pada media *smartphone*. Dengan menggunakan Internet pada media s*martphone* saat ini merupakan teman setia masyarakat. Banyak sekali masyarakat yang telah menggunakan internet pada media *smartphone* ini, kemanapun masyarakat pergi pastilah tidak dapat berpisah dengan internet pada media *smartphone* mereka. Dengan adanya internet pada media *smartphone* masyarakat bijak dapat memperoleh pengetahuan dan tambahan informasi setiap detiknya. Misalnya saja untuk mencari informasi mengenai daerah

tujuan wisata mereka, mulai dari tempat makan, tempat wisata, sampai dengan tempat menginap.

Dengan adanya internet dengan media *smartphone* apa saja yang masyarakat butuhkan sangat dipermudah. Misalnya saja untuk pembelian sayur mayur dengan *gadget* sayur mayur yang diinginkan dapat diorder dan diantar kerumah pelanggan. Sekarang ini juga sangat banyak *Online travel agent* yang mempermudah pengguna *smartphone* untuk memilih tempat mereka menginap dan juga membeli tiket pesawat maupun kereta api. Didalam *Online travel agent* tamu dapat melihat harga kamar, peta hotel, tipe kamar, serta fasilitas dalam hotel. Dengan adanya *E-commerce* tidak hanya memasarkan produk secara lokal saja tapi juga secara global.

Di era globalisasi ini, *E-commerce* sangatlah berpengaruh untuk menunjang keberhasilan dalam memasarkan produk. Dimana pemasaran dilakukan untuk memperkenalkan hotel kita, mulai dari fasilitas, tipe kamar, sampai dengan tempat wisata yang dekat dengan hotel kita. Untuk meningkatkan penjualan hotel perusahaan harus melihat perkembangan saat ini, apa yang masyarakat butuhkan, apa yang disukai masyarakat, dan juga apa yang menarik minat para wisatawan. Perkembangan teknologi yang sangat cepat dan serba mempermudah bagi masyarakat dapat diakses melalui *E-commerce* secara online.

Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku masyarakat, maka semakin mendorong

bertambahnya akan kebutuhan pemakaian jasa hotel. Semakin bertambah nya permintaan akan pemakaian jasa hotel ini mendorong para pengusaha dibidang jasa perhotelan dalam hal ini Crystal Lotus Hotel. Diharapkan dapat memenuhi apa yang masyarakat saat ini butuhkan terutama wisatawan yang berkunjung ke Jogjakarta. Crystal Lotus Hotel merupakan salah satu sarana pariwisata yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makan dan minum serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal untuk sementara waktu.

Di daerah Yogyakarta ini cukup banyak yang membuka usaha perhotelan, dari yang kelas melati sampai yang berbintang lima, mengingat Yogyakarta selain sebagai kota pelajar juga merupakan kota pariwisata. Salah satu dari usaha perhotelan yang ada di Yogyakarta adalah Crystal Lotus Hotel. Hotel ini terletak di Jln. Magelang km 5,2 dan termasuk dalam hotel berbintang empat. Crystal Lotus Hotel harus siap bersaing dalam merebut dan mempertahankan konsumen apabila ingin tetap bertahan dalam persaingan di bisnis perhotelan ini, oleh karena itu Crystal Lotus Hotel selalu berusaha memasarkan produk mereka kepasaran dengan bantuan *E-commerce* atau media internet.

B. Rumusan Masalah

Seberapa besar pengaruh E-commers terhadap presepsi hunian kamar pada Crystal Lotus Hotel Yogyakarta?

C. Batasan Masalah

Penulis membatasi penelitian hanya media elektronik menggunakan internet dalam promosinya dan presepsi hunian kamar.

D. Tujuan

Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan *E-commers* dengan presepsi hunian kamar di Crystal Lotus Hotel Yogyakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan

   Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi untuk perbaikan secara terus menerus dalam hal pemasaran untuk memperbaiki hunian kamar.

2. Bagi lembaga

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah masukan pembelajaran yang diberikan pada mahasiswa untuk memenuhi tuntutan perkembangan *e-commerce* dalam perannya pada resepsi hunian kamar di sebuah bidang usaha perhotelan.

3. Bagi Peneliti

   Dengan penelitian ini diharapkan peneliti dapat berfikir ilmiah dan sistematis dalam melihat, mengidentifikasi, dan memecahkan masalah dengan teori yang ada.