

**PENGARUH BRAND MELIA HOTEL INTERNATIONAL TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI MELIA PUROSANI
HOTEL YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Oleh :

INTAN AYU PERSADA PUTRI

314100731

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2018

**PENGARUH BRAND MELIA HOTEL INTERNATIONAL TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI MELIA PUROSANI
HOTEL YOGYAKARTA**

SKRIPSI



**Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Derajat Sarjana Sains Terapan
Program Studi Pengelolaan Perhotelan**

Oleh :

INTAN AYU PERSADA PUTRI

314100731

**PROGRAM STUDI PENGELOLAAN PERHOTELAN
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

2018

HALAMAN PENGESAHAN

**PENGARUH BRAND MELIA HOTEL INTERNATIONAL TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI MELIA PUROSANI
HOTEL YOGYAKARTA**



Oleh :

**INTAN AYU PERSADA PUTRI
314100731**

Telah disetujui oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

Drs, Santosa, MM.

NIDN : 0519045901

Agus Wibowo SBS,S.Sos,S.St MM.

NIDN : 0527084702

Mengetahui,
Ketua Jurusan

Hermawan Prasetyanto, S ST, MM.

NIDN : 0516057102

BERITA ACARA UJIAN

**PENGARUH BRAND MELIA HOTEL INTERNATIONAL TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI MELIA PUROSANI
HOTEL YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Oleh :

INTAN AYU PERSADA PUTRI

314100731

Telah Dipertahankan di Depan Tim Penguji

Dan Dinyatakan Lulus

Pada Tanggal : 9 Juli 2018

Penguji Utama: **Dra. Sri Larasati, MM** : _____
NIDN : 0511095401

Pembimbing I : **Drs. Santosa, MM.** : _____
NIDN : 0519045901

Pembimbing II: **Agus Wibowo SBS, S.Sos, S.St, MM.** : _____
NIDN : 0527084702

Mengetahui,

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA

Drs. Prihatno, MM.

NIDN : 0526125901

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Intan Ayu Persada Putri

NIM : 314100731

Program Studi : Pengelolaan Perhotelan

JudulSkripsi :Pengaruh Brand Melia Hotel International Terhadap
Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Melia Purosani
Hotel Yogyakarta

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

Yogyakarta, 14 Mei 2018

Intan Ayu Persada Putri

HALAMAN MOTTO

“Pendidikan merupakan perlengkapan paling baik untuk hari tua”

(Aristoteles)

“Kegagalan hanya terjadi apabila kita menyerah”

(Lessing)

“Hiduplah seperti pohon kayu yang lebat buahnya; hidup di tepi jalan dan dilempari orang dengan batu, tetapi dibalas dengan buah”

(Abu Bakar Sibli)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT, Allhamdulillah atas segala Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat pada waktunya. Penulis menuangkan segala bentuk rasa bangga dan bahagia ini dalam sebuah karya sebagai “Penghargaan Sederhana” kepada :

1. Papa dan Mama, H.Dalijan B,sc dan Hj.Neneng Sri Rahayu atas segala kasih dan sayang. Penyemangat dalam segala hal. Terimakasih atas segala jerih payah tak berujung untuk menopang penulis selama ini. Karena keikhlasan dan tetesan keringat mereka, penulis dapat sampai di titik ini. Selama penulis masih mampu, penulis akans elalu berusaha membahagiakan mereka.
2. Saudara dan Saudari tercinta, Oka Nindita Perwitasari yang selalu memberikan semangat dan memotivasi penulis dalam membuat skripsi.
3. RM. Arif Wikan Yudhoyono yang selalu ada dan selalu support dalam pembuatan skripsi.
4. Bapak dan Ibu dosen pembimbing, penguji dan pengajar yang selama ini memberikan arahan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Berlyan Di'iri atas segala bantuan dalam penyusunan skripsi. Serta sahabat (Mizi, Jacky, Denny, Grace, Endang, Ata) dan Semua Teman kelas ADH B angkatan 2014
6. Sahabat semasa SMA yang selalu mendukung serta memberi motivasi agar penulis menyelesaikan skripsi dengan semangat. Bunga Larasati, Karina Ayu Seputra, Intan Haniyah, dan Isnaini Veby.

7. AMPTA dan Almameter biru, karena telah mempersatukan penulis dengan orang-orang baru, dengan budaya baru, dengan kebiasaan baru yang membuat bertambahnya pengalaman penulis.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas berkat dan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Melia Hotel International Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Menginap Di Melia Purosani Hotel Yogyakarta” adapun penulisan skripsi ini penulis lakukan sebagai syarat untuk mencapai gelar Sarjana Sains Terapan Pariwisata pada program studi yang penulis ambil di Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta.

Segala keberhasilan dalam penulisan skripsi ini tidak terlepas dari peran dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan ini penulis menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Drs. Santosa, MM selaku Dosen pembimbing utama yang telah bersabar memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Bapak Agus Wibowo, S.Sos.S, St, MM selaku Dosen pembimbing pendamping yang telah bersabar dan telah bersabar memberikan bimbingan dan pengarahan serta menyempurnakan penulisan dan susunan dari skripsi ini.
3. Ibu Dra. Sri Larasati, MM selaku Penguji yang senantiasa memberikan masukan yang berarti.
4. Bapak Drs. Prihatno, MM selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yogyakarta yang telah membimbing penulis disaat masa kuliah.
5. Seluruh Dosen Program Studi Pengelolaan Perhotelan dan Karyawan Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA yang telah mengajarkan banyak ilmu sehingga menambah wawasan penulis tentang dunia Perhotelan dan Pariwisata.

6. Para Responden yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi angket penelitian.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu saran dan kritik sangat membantu penulis dalam proses perbaikan. Terimakasih.

Yogyakarta, 12 Juli 2018

Intan Ayu Persada Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
BERITA ACARA UJIAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iv
MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	3
C. Batasan Masalah.....	3
D. Tujuan Penelitian	3
E. Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS	
A. Landasan Teori.....	5
1. Pengertian Brand Image	5
2. Komponen Brand Image	7
3. Pengertian Hotel.....	7
4. Pengertian Pengertian Konsumen	11
5. Pengertian Pemasaran	12
6. Pengertian Merek	13
7. Pengertian Produk	15
B. Kerangka Pemikiran Teoritik.....	17
C. Penelitian Terdahulu	17
D. Hipotesis.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Metode Penelitian.....	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	20
3. Populasi dan Sampel	21
4. Variable dan Indikator.....	22
a. Variable Independen	22

b. Variable Dependend.....	23
5. Metode Pengumpulan Data	23
a. Metode Kuesioner	23
b. Studi Pustaka.....	24
c. Observasi.....	24
B. Metode Analisis Data.....	25
1. Uji Kelayakan Instrumen	25
a. Uji Validitas	25
b. Uji Realibilitas	27
2. Uji Kelayakan Variabel.....	29
a. Uji Normalitas.....	29
b. Analisis Regresi Linear Berganda.....	29
c. Uji T	30
d. Uji F	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Objek Penelitian.....	34
1. Pengertian Brand Melia Hotel International	34
2. Pengertian Melia Purosani Hotel.....	35
3. Gambaran Lokasi dan Produk Melia Purosani Hotel.....	35
4. Fasilitas Melia Purosani Hotel	37
B. Hasil Uji Instrumen.....	39
1. Uji Validitas	39
a. Variabel Citra Perusahaan X1	39
b. Variabel Citra Pemakaian X2.....	40
c. Variabel Citra Produk X3.....	41
d. Variabel Keputusan Konsumen Y.....	41
2. Uji Reliabilitas.....	42
C. Uji Kelayakan Variabel.....	43
1. Uji Normalitas	43
D. Hasil Analisis Data.....	45
1. Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
2. Uji T (Parsial).....	47

a. Citra Perusahaan.....	48
b. Citra Pemakaian	48
c. Citra Produk	49
3. Uji F (simultan)	49
4. Koefisien Determinasi.....	51
5. Pembahasan Hipotesis.....	52
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	54
B. Saran / Rekomendasi.....	55
DAFTAR PUSTAKA	57

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Pengujian Validitas Variabel Citra Perusahaan XI	39
Tabel 4.2	Pengujian Validitas Variabel Citra Pemakaian X2	40
Tabel 4.3	Pengujian Validitas Variabel Citra Produk X3	41
Tabel 4.4	Pengujian Validitas Variabel Keputusan Konsumen Y	41
Tabel 4.5	Interval	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Reliabilitas	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas One-sample Kolmogorov –Smirnov Test	44
Tabel 4.8	Hasil Analisis Regresi Linear	45
Tabel 4.9	hasil Uji-T	47
Tabel 4.10	Hasil Uji-F.....	50
Tabel 4.11	Nilai Koefisien Determinasi.....	51

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Surat Permohonan Penelitian
- Lampiran 2 Surat Balasan dari Melia Purosani Hotel Yogyakarta
- Lampiran 3 Sertifikat On The Job Training
- Lampiran 4 Kuesioner
- Lampiran 5 Uji Normalitas
- Lampiran 6 Uji Reliabilitas
- Lampiran 7 Tabulasi Data
- Lampiran 8 Uji Regresi Linear
- Lampiran 9 Validitas

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh variable independen yaitu brand image yakni terdiri dari citra perusahaan, citra pemakaian dan citra produk terhadap variable dependen yaitu keputusan konsumen. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Adapun instrument yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kuesioner atau angket dengan metode scoring melalui skala likert. Adapun kuesioner tersebut yaitu untuk mengetahui pengaruh tentang variable citra perusahaan, citra pemakaian dan citra produk serta keputusan konsumen.

Data tersebut diolah menggunakan software computer "SPSS 22.0" dengan metode analisis regresi linear berganda. Berdasarkan hasil uji regresi linier berganda didapatkan persamaan garis regresi $Y = 0,321 + 0,947 X_1 - 0,026 X_2 + 0,028 X_3$ dan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,747 atau 74,7 % yang berarti brand image dapat diprediksi dan dapat menjelaskan terhadap variable dependen yakni keputusan konsumen.

Dari hasil uji F secara simultan besarnya nilai adalah 25.635 sedangkan besarnya F tabel dengan $df/dk = 32 (n-3)$ adalah 4.46 karena nilai F hitung lebih besar dari F tabel ($25.635 > 4.46$) maka secara simultan dinyatakan signifikan, oleh sebab itu H_0 ditolak atau tidak ada pengaruh brand Melia Hotel International terhadap keputusan konsumen. Berdasarkan uji probabilitas nilai probabilitas secara simultan adalah $0.000 < 0.05$ maka dinyatakan signifikan. Adapun variabel yang memilih pengaruh secara parsial yang paling dominan adalah variabel citra perusahaan dengan t hitung sebesar 8,163. Citra pemakaian sebesar -0,311 dan citra produk sebesar 0,357 sedangkan nilai t tabel sebesar 1,705 karena nilai t hitung > dari t tabel dengan demikian maka hanya 1 variabel yaitu citra perusahaan yang signifikan. Sedangkan citra pemakaian dan citra produk tidak signifikan sehingga H_0 diterima atau dinyatakan tidak ada pengaruh.

Kata Kunci : Brand Image, Citra Perusahaan, Citra Pemakaian, Citra Produk Dan Keputusan Konsumen.

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of independent variables is brand image that consists of corporate image, user image and image of the product to the dependent variable of consumer decisions. This type of research is a quantitative research as for the instrument used in this study is kuesioner or questionnaire with scoring method through Likert scale. The questionnaire is to determine the effect of corporate image variables, image usage and product image and consumer decisions.

The data is processed using computer software "SPSS 22.0" with multiple linear regression analysis method. Based on the results of multiple linear regression test obtained equation of regression line $Y = 0,321 + 0,947 X1 - 0,026 X2 + 0,028 X3$ and coefficient of determination value (R^2) equal to 0,747 or 74,7% which mean predictable brand image and can explain to dependent variable that decision consumer.

From the result of F test simultaneously the value is 25.635 while the magnitude of F table with $df / dk = 32 (n-3)$ is 4.46 because the value of F count is greater than F table ($25.635 > 4.46$) then it is simultaneously stated significant, therefore H_0 rejected or no influence Melia Hotel International brand to consumer decisions. Based on the probability test the probability value simultaneously is $0.000 < 0.05$ then stated significant. The variables that choose the influence of the most dominant partial is the corporate image variable with t arithmetic of 8.163. Use image of -0.311 and product image of 0.357 while the value of t table of 1.705 because the value of t count $>$ of t table thus then only 1 variable that is a significant corporate image. While the image usage and product image is not significant so H_0 accepted or declared no influence.

Keywords: Brand Image, Corporate Image, User Image, Product Image And Consumer Decision.

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Hotel adalah badan usaha akomodasi atau perusahaan yang menyediakan pelayanan bagi masyarakat umum dengan fasilitas jasa penginapan, penyedia makanan dan minuman, jasa layanan kamar, serta jasa pencucian fasilitas. Fasilitas ini diperlukan bagi mereka yang bermalam di Hotel tersebut ataupun mereka yang hanya menggunakan fasilitas tertentu di Hotel tersebut.

Hotel memiliki karakteristik yang berbeda dengan badan usaha lainnya. Hotel tergolong memiliki padat modal serta padat karya yang artinya dalam pengelolaannya memerlukan modal usaha yang besar dengan tenaga pekerja yang banyak pula. Pelanggan diperlakukan seperti raja dan pelanggan diperlakukan juga sebagai partner dalam usaha karena keuntungan yang didapat Hotel sangat bergantung pada banyaknya pelanggan yang menggunakan fasilitas Hotel tersebut. Hotel berbeda dengan usaha lainnya dimana dalam beroperasi Hotel berlangsung selama 24 jam sehari, tanpa adanya hari libur guna melayani pelanggan Hotel dan masyarakat umum yang ingin menggunakan jasa Hotel. Hotel juga sangat dipengaruhi oleh keadaan dan perubahan yang terjadi pada sektor ekonomi, politik, sosial, budaya, dan keamanan dimana Hotel itu berada.

Yogyakarta sebagai salah satu kota pariwisata favorit di Indonesia menyimpan potensi sangat besar bagi Industri Perhotelan. Salah satu brand Hotel yang membuka bisnis di Yogyakarta adalah Melia Hotel International yang membangun Hotel tepat di jantung kota Yogyakarta dan diberi nama Melia Purosani Hotel Yogyakarta.

Melia Hotel International berasal dari Spanyol yang didirikan oleh Gabriel Escarrer Julia pada tahun 1956 di Palma de Mallorca. Perusahaan ini merupakan salah satu resor liburan terbesar di Spanyol dan jaringan Hotel terbesar ke 17 di seluruh dunia.

Melia Purosani berada di Jl. Suryotomo No.31 Yogyakarta. Berada di pusat Kota Yogyakarta dengan bangunan bergaya Mediterania Spanyol. Menjadi tempat favorit bagi para wisatawan karena tempatnya yang strategis dan dekat dengan pusat perbelanjaan.

Dengan adanya Melia Purosani di Yogyakarta maka sektor pariwisata daerah menjadi bertambah dikarenakan brand Melia Hotel International tersebut. Para wisatawan asing terutama Eropa pastinya memilih brand yang dimiliki oleh negaranya sendiri. Bahkan bukan hanya dari Negara Eropa, beragam suku budaya memilih untuk bermalam di Melia Purosani karena tempatnya yang nyaman, strategis dan berada di pusat kota.

Berdasarkan uraian pada segala faktor tersebut sehingga menarik minta penelitian untuk mengadakan penelitian tentang “Pengaruh brand

Melia Hotel International terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Melia Purosani Hotel Yogyakarta”

B. Rumusan Masalah

1. Apakah ada pengaruh secara simultan antara variable *brand image* yang terdiri dari citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Melia Purosani Hotel Yogyakarta?
2. Diantara komponen *brand image* yaitu citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk mana pengaruh yang paling dominan?

C. Batasan Masalah

Supaya pembahasan masalah yang akan diteliti tidak menyimpang dari bahasan masalah yang ingin penulis teliti, maka penelitian yang akan dilakukan dibatasi pada “PENGARUH BRAND MELIA HOTEL INTERNATIONAL TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI MELIA PUROSANI HOTEL YOGYAKARTA”

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dikemukakan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan antara variable citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Melia Purosani Hotel Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh yang paling dominan diantara komponen citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang berarti dan bermanfaat sejalan dengan tujuan penelitian diatas. Manfaat dari penelitian ini adalah:

1. Bagi Penulis

Penulis diharapkan dapat memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu pengetahuan di bidang perhotelan

2. Bagi Perusahaan

Melalui penelitian ini, diharapkan perusahaan mengetahui seberapa besar pengaruh brand terhadap keputusan konsumen.