

**ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI PEMASARAN HOTEL  
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK THE SAHID RICH  
JOGJA HOTEL**

**SKRIPSI**



**Untuk memenuhi Syarat Guna Memperoleh  
Derajat Sarjana Sains Terapan Pariwisata**

**Oleh**

**IMAS ANJI RAFEI**

**NO. MHS: 313100658**

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI HOTEL  
SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA**

**2017**

**ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI PEMASARAN HOTEL  
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK THE SAHID RICH  
JOGJA HOTEL**



Oleh

IMAS ANJI RAFEI

NO. MHS: 313100658

Telah disetujui oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Ali Hasan, SE., MM.  
NIDN. 0007106001

Hermawan Prasetyanto, S.Sos., SST., M. Mpar  
NIDN. 0516057102

Mengetahui

Ketua Jurusan

Hermawan Prasetyanto, S.Sos., SST., M. Mpar

NIDN. 0516057102

BERITTA ACARA UJIAN

ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI PEMASARAN HOTEL  
TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK THE SAHID RICH JOGJA  
HOTEL

SKRIPSI

Oleh

IMAS ANJI RAFEI

No. Mhs: 313100658

Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Dan Dinyatakan Lulus

Pada Tanggal:

TIM PENGUJI

Penguji Utama : Bapak Ali Hasan, SE., MM.

Penguji II : Hermawan Prasetyanto, S.Sos., SST., M. Mpar

Penguji III : Arief Dwi Saputro, SS., M.M

Mengetahui

Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Drs. H. Santosa, MM

NIDN. 0519045901

**HALAMAN MOTTO**

*“ Allah knows who’s working and who’s sleeping. And He always gives the best depends on what are people doing. So I’ll do whatever as i want to get for. And believe in Allah is never disenchant. “*

**(Imas Anji Rafei)**

## HALAMAN PEREMBAHAN

Skripsi ini menjadi hasil dari kerja keras saya dalam perjuangan akhir menuntut ilmu di Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, yang pada akhirnya dapat terselesaikan dengan baik dan lancar. Dalam penulisan ini saya tidak berhenti mengucap rasa syukur dan terimakasih saya kepada Allah Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan petunjuk, kemudahan, dan kelancaran kepada saya. Selain itu dengan penuh rasa terimakasih serta ketulusan yang mendalam saya persembahkan skripsi ini kepada:

1. Bapak dan Ibu yang saya cintai. Saya tidak tahu harus berkata apa lagi untuk mencurahkan rasa terimakasih saya yang sebesar – besarnya kepada kedua orangtua saya yang berjuang sangat keras untuk saya selama ini. Saya bukan anak yang patuh dan bisa menyenangkan kalian setiap waktu. Tapi saya berusaha untuk selalu memberikan hasil yang terbaik untuk kerja keras kalian selama ini. Terimakasih karena sudah menjadi orangtua yang hebat untuk saya. Terimakasih atas segala hal yang telah dan tak henti – hentinya kalian berikan kepada saya.
2. Kepada Om Seto yang selama ini banyak membantu hidup saya dan keluarga. Om Seto sudah seperti malaikat yang Allah datangkan untuk saya. Terimakasih yang sebanyak – banyaknya karena telah memberikan *support* baik secara materi maupun non – materi. Terimakasih karena selalu ada untuk kami sekeluarga. Saya tidak tahu balasan apa yang cukup untuk bisa

membalas kebaikan hati Om Seto. Tapi saya akan terus berjuang agar tidak membuat Om Seto kecewa atas kepercayaan yang telah diberikan selama ini.

3. Kepada sahabat setia saya Mafira Ariska Putri. Terimakasih telah menjadi sahabat yang selalu ada untuk saya. Sahabat yang tidak pernah berhenti menemani perjalanan hidup saya. Sahabat yang menjadi saksi naik turunnya, suka dukanya, dan pahit manisnya hidup saya, dan selalu ada disamping saya untuk memberikan semangat, bantuan, serta banyak hal. *You're the best of the best bestfriend in my life.*
4. Kepada teman dekat dan sahabat saya Yessy, Olli, Rea, Dui, Suci, Putri, dan Meylin. Terimakasih untuk dukungan dan bantuan kalian selama ini.
5. Kepada dosen – dosen STP AMPTA yang selama ini telah memberikan banyak ilmu dan pembelajaran yang bermanfaat kepada saya.
6. Kepada Bilal yang membuat saya lebih termotivasi untuk menyelesaikan skripsi ini dan untuk melanjutkan perjuangan saya dalam menuntut ilmu. Semoga Allah mempertemukan kita kembali.
7. Kepada Imas Anji Rafei yaitu diri saya sendiri. Terimakasih karena selalu sabar, kuat, dan bekerja keras.

## KATA PENGANTAR

Peneliti mengucapkan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa berkat rahmat-Nya, serta dengan usaha yang keras dan sepenuh hati, pada akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Pariwisata pada Program Studi Administrasi Hotel Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta.

Fokus kajian skripsi ini adalah menjelaskan tentang Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Pemasaran Hotel yang digunakan Terhadap Tingkat Penjualan Produk The Sahid Rich Jogja Hotel, dan diperoleh hasil bahwa apabila ketiga saluran distribusi yang digunakan secara bersama akan memberi pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan produk khususnya kamar hotel The Sahid Rich Jogja. Dan dalam pengujian secara parsial diketahui bahwa *event organizer* tidak berpengaruh signifikan kepada tingkat penjualan produk kamar hotel The Sahid Rich Jogja.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyelesaian skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan penghargaan yang setinggi – tingginya dan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada semua pihak yang telah berperan, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam mewujudkan skripsi ini. Ucapan terimakasih dan penghargaan yang setinggi – tingginya secara tulus dan ikhlas peneliti ucapkan kepada:

1. Bapak Arif Dwi Saputra selaku penguji utama yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menjelaskan isi skripsi secara keseluruhan.
2. Bapak Ali Hasan selaku Pembimbing I yang telah dengan sabar dan pengertian dalam memberikan bimbingan dan pengarahan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Budi Hermawan selaku Pembimbing II yang telah dengan arif dan bijaksana memberikan bimbingan, pengarahan, serta petunjuk – petunjuk dalam penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Santoso selaku Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata Ampta Yoyakarta yang telah membantu memberikan arahan dan petunjuk dalam mengolah data skripsi ini.
5. Bapak General Manager dan Ibu Asst. Director of Sales Marketing di The Sahid Rich Jogja Hotel yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan penelitian, dan memperoleh data – data penelitian.
6. Kedua orang tua yang selama ini banyak mendukung saya baik secara materi maupun moral. Dan selalu dengan setia mengantarkan ke kampus, perpustakaan kota, dan tempat penelitian.
7. Sahabat serta teman – teman dekat yang senantiasa memberikan dukungan dan semangat kepada peneliti selama mengerjakan penelitian hingga skripsi ini.
8. Dan seterusnya.

Semoga bantuan Bapak / Ibu dan para pihak yang berperan lainya dicatat sebagai amal ibadah oleh Tuhan Yang Maha Kuasa.



Akhir kata peneliti berharap semoga hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua pihak maupun pengembang ilmu pengetahuan. Tak lupa peneliti berharap adanya kritik dan saran dari semua pembaca untuk perbaikan pada penelitian berikutnya.

Yogyakarta, 31 Maret 2017

Peneliti

**DAFTAR ISI**

HALAMAN JUDUL .....	
HALAMAN PENGESAHAN .....	ii
BERITA ACARA UJIAN .....	iii
HALAMAN MOTO .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI .....	x
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xv
ABSTRAK .....	xvi
BAB I PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Batasan Masalah .....	5
C. Rumusan Masalah .....	6
D. Tujuan Penelitian .....	6
E. Manfaat Penelitian .....	7
BAB II LANDASAN TEORI DAN HIPOTESIS .....	8

A. Landasan Teori .....	8
1. Pengertian Hotel .....	8
2. Karakteristik Produk Hotel .....	9
3. Pemasaran .....	10
4. Penjualan .....	12
5. Reservasi Hotel .....	14
6. Lokasi ( <i>Place</i> ) .....	16
7. Saluran Distribusi Pemasaran .....	17
8. <i>Event Organizer</i> .....	21
9. <i>Travel Agent</i> .....	23
10. <i>Online Travel Agent</i> .....	25
B. Kerangka Pemikiran .....	26
C. Penelitian Terdahulu .....	27
D. Hipotesis .....	30
 BAB III METODE PENELITIAN .....	 31
A. Jenis Penelitian .....	31
B. Lokasi Penelitian .....	31
C. Waktu Penelitian .....	32
D. Populasi dan Sampel .....	32
1. Populasi .....	32
2. Sampel .....	33
E. Variabel dan Indikator .....	33

F. Metode Pengumpulan Data .....	35
1. Jenis Instrumen Penelitian .....	35
2. Uji Kelayakan Variabel .....	37
G. Metode Analisis Data .....	38
1. Uji Kelayakan Variabel .....	38
2. Uji Hipotesis .....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	43
A. Deskripsi Objek Penelitian .....	43
B. Uji Kelayakan Variabel .....	54
C. Hasil Analisis Data .....	58
D. Pembahasan .....	67
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....	69
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	74
LAMPIRAN	

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Variabel dan Indikator Penelitian .....	33
Tabel 4.1 Detail Kapasitas <i>Meeting Room</i> Hotel The Sahid Rich Jogja .....	48
Tabel 4.2 Output Uji Normalitas .....	53
Tabel 4.3 Perolehan Nilai Durbin – Witson .....	54
Tabel 4.4 Output Uji Autokorelasi.....	54
Tabel 4.5 Output Uji Multikolinearitas .....	56
Tabel 4.6 Output Uji Regresi Linear Berganda .....	57
Tabel 4.7 Pedoman Interpretasi Koefisiensi Korelasi .....	58
Tabel 4.8 Output <i>Model Summary</i> Regresi Linear Berganda .....	58
Tabel 4.9 <i>Coefficient</i> .....	60
Tabel 4.10 Output Uji t .....	62
Tabel 4.11 Output Uji F .....	64

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1 Model Riset .....	27
Gambar 4.1 Bagan Organisasi <i>Sales Marketing Department hotel The Sahid Rich</i> Jogja .....	49

**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Surat Ijin Penelitian
- Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melaksanakan Penelitian dari Hotel The Sahid Rich Jogja
- Lampiran 3 Sertifikat *Training* Dari Hotel The Sahid Rich Jogja
- Lampiran 4 Data Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 5 Output SPSS Versi 16.0
- Lampiran 6 Tabel Durbin – Witson Signifikansi 5% atau 0,05
- Lampiran 7 Tabel F Signifikansi 5% atau 0,05
- Lampiran 8 Tabel t Signifikansi 5% atau 0,05

## ABSTRAK

### ANALISIS PENGARUH SALURAN DISTRIBUSI PEMASARAN HOTEL TERHADAP TINGKAT PENJUALAN PRODUK HOTEL THE SAHID RICHJOGJA

Oleh : Imas Anji Rafei

Penelitian yang dilakukan di hotel The Sahid Rich Jogja mengambil topik yaitu saluran distribusi pemasaran hotel dengan tingkat penjualan produk hotel. Terdapat 2 (dua) permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini, yang pertama adalah apakah ada pengaruh saluran distribusi pemasaran hotel yang terdiri dari tiga variabel yaitu *Event Organizer*, *Travel Agent*, dan *Online Travel Agent* terhadap tingkat penjualan produk hotel The Sahid Rich Jogja? Yang kedua adalah apakah dari ketiga variabel bebas ada yang tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu tingkat penjualan produk hotel? Untuk menjawab permasalahan tersebut, peneliti menggunakan alat Uji Regresi Linear Berganda untuk mengetahui besar kecilnya hubungan, Uji t untuk menguji secara parsial antara ketiga variabel bebas dengan variabel terikat, dan Uji F untuk menguji secara simultan ketiga variabel bebas dengan variabel terikat.

Sampel pada penelitian ini adalah berupa sampel waktu yang diambil dari penjualan produk kamar hotel The Sahid Rich Jogja dari masing – masing variabel selama 30 bulan, terhitung dari bulan Juli 2014 hingga Desember 2016. Untuk mendapatkan data penelitian peneliti menggunakan metode pengambilan data yaitu dengan observasi di *sales marketing department*, dokumentasi sesuai sampel yang telah ditentukan, dan wawancara yang dilakukan dengan bagian reservasi hotel.

Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan Uji Regresi Linear Berganda yaitu dengan melihat nilai R dan *R Square* diperoleh hasil bahwa nilai R sebesar 0,871 yang masuk pada interval koefisiensi 0,80 – 1,000 menunjukkan adanya korelasi yang sangat kuat antara ketiga variabel bebas dengan variabel terikat dengan prosentase 73,2% dilihat dari nilai *R Square*. Dalam Uji t yang dilakukan terdapat 2 (dua) variabel yang memiliki pengaruh signifikan terhadap tingkat penjualan kamar, sedangkan terdapat 1 (satu) variabel bebas yaitu *event organizer* tidak berpengaruh terhadap tingkat penjualan kamar hotel. Sedangkan saat diuji secara bersamaan dengan Uji F, ketiga variabel memberikan pengaruh yang signifikan terhadap tingkat penjualan produk hotel. Dari Uji F tersebut disimpulkan bahwa  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu  $27,357 > 3,353$  yang berarti  $H_0$  ditolak atau terdapat pengaruh yang signifikan antara ketiga variabel bebas dengan variabel terikat.

Kata kunci : Saluran distribusi pemasaran hotel, *event organizer*, *travel agent*, *online travel agent*, tingkat penjualan produk kamar hotel



## **ABSTRACT**

### ***ANALYSIS OF THE HOTEL MARKETING DISTRIBUTION CHANNEL INFLUENCE ON THE LEVEL OF PRODUCT SALES THE SAHID RICH JOGJA HOTEL***

By : Imas Anji Rafei

*The Sahid Rich Jogja Hotel is as a research object. Researcher chooses the hotel because it's not located in the city center, and the maniest room in Yogyakarta are currently 473 rooms. Therefore, researcher is interested for conducting research in. Topic is about marketing distribution channel with the level of hotel product sales. There are two (2) issues raised in this study, the first is whether there is influence of the marketing distribution channels consisting of three variables: Event Organizer, Travel Agent, and Online Travel Agent of the level of product sales The Sahid Rich Jogja hotel. And the second is "is there any variable of three independent variables there were no significant effect on the dependent variable is the level of hotel product sales? To answer these problems, researcher uses tools Linear Regression Testing to determine the size of the correlation, t-test to test the partially between the three independent variables with the dependent variable, and F-test to test simultaneously three independent variables with the dependent variable.*

*Sample of this research is in the form of time samples taken from the hotel room product sales The Sahid Rich Jogja from eaches variables in 30 months, starting from July 2014 to December 2016. In order to obtain research data researchers used metode data collection is by observation in sales marketing department, documentation corresponding predetermined sample, and interviews conducted with the hotel reservation.*

*Based on the results if the data using multiple linear regression test is to see the value of R and R Square obtained results that the R value of .871 entering the interval coefficient of 0.80 to 1.000 indicates a very strong and it means there's a colleration between three independent variables with the dependent variable with percentage 73,2% in terms of value of R Square. In a test conducted t, 2 (two) variables that have a significant influence on the level of sales rooms, while artifacts 1 (one) independent variable is the event organizer does not affect the level of sales of hotel rooms. Meanwhile, when tested simultaneously with the test F, three variables have a significant influence on the level of hotel product sales. From the F test concluded that  $F \text{ count} > F \text{ table}$  that is  $27.357 > 3.353$  which means that  $H_0$  is rejected or a significant difference between the three independent variables with the dependent variable.*

*Keywords: hotel marketing distribution channels, event organizers, travel agents, online travel agents, hotel room rate of product sales*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Saat ini pertumbuhan industri perhotelan di DIY (Daerah Istimewa Yogyakarta) sedang berkembang pesat. Hal tersebut dapat dilihat dari kemunculan hotel – hotel baru di DIY. Kemunculan hotel baru tentu membuat hotel lama harus siap mendapatkan pesaing baru dan hotel baru juga harus siap bersaing dengan hotel lama yang lebih dulu masuk ke pasaran. Persaingan yang ketat otomatis mengharuskan manajemen setiap hotel untuk melakukan berbagai upaya agar dapat bersaing dan bertahan. Salah satu upaya yang harus dilakukan yaitu dengan pemasaran. Dengan hal tersebut dapat membantu hotel untuk mempertahankan pelanggan, memperluas pasaran dan terus *making profit*, karena salah satu tujuan dari hotel yaitu untuk *making profit* atau membuat keuntungan.

Dalam rangka mempromosikan produknya, hotel sudah terlebih dahulu menentukan target pasar yang akan dituju. Menentukan target pasar akan memudahkan hotel dalam melakukan promosi. Promosi bertujuan untuk memperkenalkan identitas dari produk hotel tersebut. Dengan perkembangan teknologi saat ini, promosi dapat dilakukan dengan mudah salah satunya yaitu memanfaatkan sosial media. Kemudian selain itu promosi juga dapat dilakukan secara langsung dengan mengunjungi sasaran atau target pemasaran.

Untuk menyalurkan atau menyampaikan produk hotel kepada wisatawan ataupun masyarakat yang membutuhkan, maka kegiatan promosi saja tidak cukup. Hotel harus memiliki jaringan yang luas dan kerjasama yang baik dengan perusahaan seperti biro perjalanan yang dapat membantu menyalurkan produknya. Penyaluran produk hotel menjadi penting, walaupun diketahui bahwa produk hotel terbagi menjadi dua yaitu produk *tangible* dan *intangible*. Produk *tangible* adalah produk yang dapat dilihat seperti kamar, makanan, minuman, dan souvenir. Sedangkan produk *intangible* adalah produk yang tidak dapat dilihat / tidak kentara seperti pelayanan yang diberikan selama tamu menginap di hotel. Ditambah lagi karakteristik jasa (pelayanan) dimana produksi dan konsumsi menjadi satu, atau dalam waktu yang bersamaan. Meskipun demikian, bukan berarti produk hotel tidak dapat disalurkan, hanya memang cara penyalurannya yang berbeda dengan produk manufaktur. Produk hotel dapat disalurkan ke pasaran melalui saluran distribusi pemasaran.

Saluran distribusi pemasaran merupakan suatu perangkat organisasi yang tergantung dan tercakup dalam proses yang membuat produk atau jasa menjadi untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen atau pengguna bisnis (Kotler & Keller: 2007). Saluran distribusi pemasaran ini kaitannya dengan produk hotel yaitu membantu dan memudahkan konsumen yang membutuhkan untuk memperoleh produk hotel tersebut, melalui proses reservasi / pemesanan terlebih dahulu. Untuk mendapatkan lebih banyak konsumen dan pelanggan, maka hendaklah pihak hotel memperluas jaringan

dan kerjasamanya dengan pihak / perusahaan penyalur seperti *Event Organizer, Travel Agent, dan Online Travel Agent*.

Natoradjo (2011:72) mengatakan bahwa *Event Organizer* merupakan pelaksana acara yang bertanggung jawab membuat perencanaan, desain acara, melakukan koordinasi, pengawasan, terhadap pelaksanaan, realisasi, dan berjalannya acara. *Event Organizer* (EO) juga merupakan suatu usaha yang pekerjaanya terdiri dari sekelompok orang yang berperan dalam merencanakan, mengelola, menyelenggarakan dan mengevaluasi kegiatan yang berkaitan dengan MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*). Kegiatan tersebut biasanya diselenggarakan di hotel, yaitu dengan menggunakan fasilitas meeting room, sekaligus menggunakan jasa pelayanan dan penyajian makanan atau minuman. EO bekerjasama dengan hotel dalam menyediakan tempat baik untuk acara rapat, pameran, sampai acara pernikahan.

Saluran distribusi pemasaran juga memanfaatkan perkembangan teknologi informatika dan jaringan internet dalam memasarkan dan menyalurkan produk dari suatu hotel. Internet menjadi salah satu dari empat saluran distribusi pemasaran yang efektif dalam memasarkan dan menjual produk hotel. Saat ini hampir semua kalangan masyarakat mengenal yang namanya internet, bahkan mengaksesnya saja sudah semakin mudah dan cepat. Oleh karena itu, hampir semua hotel kini menggunakan internet sebagai distributornya. Melalui situs *booking online*, hotel bekerjasama dalam memasarkan serta menjual produknya. Masyarakat juga secara mandiri dapat

memilih hotel sesuai dengan kebutuhan dan keinginannya. Situs *booking online* yang saat ini banyak digunakan dalam memasarkan dan menjual produk hotel adalah Traveloka, Trip-advisor, dan lain - lain.

Saluran distribusi yang ketiga adalah *Travel Agent*, yaitu biro perjalanan wisata yang dapat menyalurkan tamunya untuk menginap di hotel yang bekerjasama dengan *travel agent* tersebut. *Travel agent* akan menyalurkan tamunya ke hotel yang sesuai dengan kebutuhan tamu tersebut. Karena dalam membuat paket wisata, *travel agent* bekerjasama dengan hotel sebagai penyedia akomodasi penginapan yang menunjang perjalanan wisata.

Ketiga distributor / penyalur produk hotel tersebut diatas merupakan distributor yang diketahui oleh peneliti sering digunakan oleh hotel sebagai saluran distribusi pemasaran produknya. Masing – masing memiliki cara yang berbeda – beda dalam memasarkan dan menjual produk hotel.

The Sahid Rich Jogja Hotel adalah salah satu hotel berbintang 4 di Yogyakarta yang di bawah manajemen Sahid Group. Hotel yang terletak di Jalan Magelang Km. 6,5 Yogyakarta ini menempati lahan seluas 7.334 m<sup>2</sup> yang tertata rapi dan bersebelahan langsung dengan Jogja City Mall. Melihat dari lokasi hotel The Sahid Rich Jogja diketahui bahwa hotel ini tidak berlokasi tepat di pusat kota, melainkan berada di pinggiran kota Yogyakarta. Lokasi suatu hotel akan menentukan dalam proses penjualan produk hotel tersebut, namun lokasi tidak menjadi masalah bagi The Sahid Rich Jogja Hotel dalam menjual produknya. Dengan jumlah kamar yang saat ini

terbanyak di Yogyakarta, yaitu 473 kamar, The Sahid Rich Jogja Hotel memiliki tingkat hunian yang cukup bagus, apalagi di saat *high season*.

Tamu yang datang dari berbagai daerah atau negara dalam memilih dan membeli produk hotel The Sahid Rich Jogja pasti menempuh jalur yang berbeda – beda. Saluran distribusi pemasaran menjadi salah satu penghubung antara tamu dengan produk hotel The Sahid Rich Jogja. Dengan adanya saluran distribusi yang luas, maka tidak masalah untuk hotel menjual produknya.

Peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut. Dilihat dari kondisi pasar dan kebutuhan wisatawan akan hotel dan caranya memilih produk hotel membuat peneliti semakin tertarik mengenai keberadaan saluran distribusi pemasaran hotel. Dan uraian latar belakang di atas menjadi alasan yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian dengan mengangkat topik yang berjudul “Analisis Pengaruh Saluran Distribusi Pemasaran Terhadap Tingkat Penjualan Produk Hotel The Sahid Rich Jogja”.

## **B. Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini agar permasalahan menjadi potensial, maka perlu dibatasi. Tingkat penjualan yang dimaksud adalah khusus pada tingkat penjualan produk kamar hotel The Sahid Rich Jogja. Kemudian untuk saluran distribusi yang digunakan yaitu *Event Organizer*, *Travel Agent*, dan *Online Travel Agent*.

### C. Rumusan Masalah

Adanya keempat variabel saluran distribusi pemasaran yang telah disebutkan dalam latar belakang di atas, dapat berperan dalam menjual produk hotel The Sahid Rich Jogja. Oleh karena itu dalam penelitian ini penulis merumuskan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh saluran distribusi pemasaran hotel yang terdiri dari tiga variabel yaitu *Event Organizer*, *Travel Agent* dan *Online Travel Agent* terhadap tingkat penjualan produk hotel The Sahid Rich Jogja?
2. Apakah dari ketiga variabel bebas ada yang tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu tingkat penjualan produk hotel?

### D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah ada pengaruh saluran distribusi pemasaran yang terdiri dari tiga variabel terhadap tingkat penjualan produk hotel The Sahid Rich Jogja.
2. Untuk mengetahui apakah dari ketiga variabel bebas ada yang tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat yaitu tingkat penjualan produk hotel.

## **E. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Hotel The Sahid Rich Jogja

Diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi The Sahid Rich Jogja Hotel dalam mengambil keputusan maupun meningkatkan kerjasama dengan salah satu saluran distribusi pemasaran yang berperan paling signifikan dalam menjual produk hotel. Dan diharapkan dapat dijadikan acuan dalam lebih meningkatkan penjualan di variabel lain yang kurang signifikan.

### 2. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan suatu proses pembelajaran, yaitu untuk lebih kritis dalam melakukan penelitian mengenai Saluran Distribusi Pemasaran Hotel dalam kaitannya dengan penjualan produk hotel. Penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pengetahuan, dan pengalaman bagi penulis.

### 3. Bagi STP AMPTA Yogyakarta

Penelitian ini diharapkan dapat memberi informasi dan literatur penunjang bagi pembaca dalam penelitian-penelitian sejenis.