

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL PELANGI
MALANG**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi : Manajemen**



Disusun Oleh :

F A U Z A N

02.22.0073

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MERDEKA MALANG
2006**

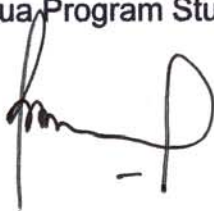
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : F A U Z A N
Nomor Pokok : 02.22.0073
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : "PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL
PELANGI MALANG".

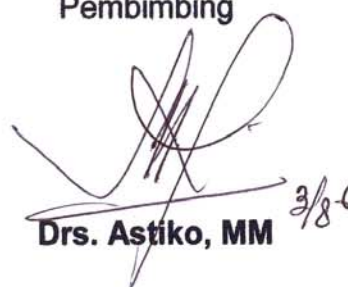
Malang, 14 Juli 2006

DISETUJUI DAN DITERIMA

Ketua Program Studi

**Dra. Erna Setijani, MM**

Pembimbing

**Drs. Astiko, MM****Dekan Fakultas Ekonomi****Drs. MAXION SUMTAKY, M.Si**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
DI HOTEL PELANGI MALANG**

Dipersiapkan dan Disusun Oleh :


FAUZAN

02.22.0073

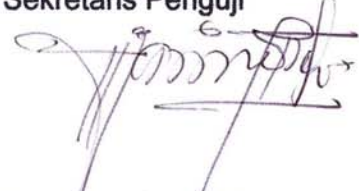
**Telah Dipertahankan Didepan Dewan Penguji
Pada Tanggal 14 Juli 2006**

Susunan Dewan penguji

Ketua Penguji


Drs. Astiko, MM 3/8/6

Sekretaris Penguji


Drs. Yarnest, MM


Anggota penguji


Drs. Sumartono, MM

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Malang, Juli 2006
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Merdeka Malang




Drs. MAXION SUMTAKY, M. Si

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : F A U Z A N
Nomor Pokok : 02.22.0073
Universitas : Merdeka Malang
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Tempat dan Tgl. Lahir : Sumenep, 01 Februari 1983
Alamat : Jl. Gatot Koco No. Pamekasan, Madura
Nama Orang Tua (ayah) : (Alm) Achmad
(ibu) : Kasminah Al Kasihati
Riwayat Pendidikan :

1. Lulus SDN Pragaan Laok 1 Prenduan Sumenep, tahun 1995.
2. Lulus SLTPN 1 Prenduan Sumenep, tahun 1998.
3. Lulus SMKN 1 Pamekasan, tahun 2001.
4. Terdaftar sebagai Mahasiswa Universitas Merdeka Malang, tahun 2002.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul : "PENGARUH BAURAN PEMASARAN JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI HOTEL PELANGI MALANG."

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Kepada yang terhormat :

1. Drs. Maxion Sumtaky, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
2. Dra. Erna Setijani, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
3. Drs. Astiko, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan pengarahan, bimbingan, dorongan, masukan dan juga nasehat sebagai orang tua bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
4. Drs. Astiko, MM selaku Ketua Penguji, Drs. Yarnest, MM selaku Sekretaris Penguji dan Drs. Sumartono, MM selaku Anggota Penguji yang telah bersedia menguji, memberi pengarahan, masukan serta nasehat kepada penulis.
5. Drs. Boge Triatmanto, MM selaku Dosen Wali penulis di Fakultas

Ekonomi Universitas Merdeka Malang.

6. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang yang telah mengajar dan membimbing penulis dari mulai awal hingga akhir perkuliahan.
7. Segenap Staff dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Merdeka Malang.
8. Bapak Lilik Pemuda Nugroho, SH selaku Manajer Personalia Hotel Pelangi Malang yang telah memberikan kesempatan untuk mengadakan penelitian hingga terselesaikannya skripsi ini.
9. Umi' dan Alm. Abi yang telah mendidik, membesarkan, memberi semangat, motivasi dan dukungan, baik material maupun spiritual kepada ananda hingga saat ini. Ananda juga berterima kasih atas doa dan restunya sehingga ananda dapat mempersembahkan keberhasilan ini kepada Umi' Alm. Abi.
10. Kakak dan adikku (Zakaria, Nizar Zulmi) dan segenap anggota keluarga besar Wachdin's, terima kasih banyak atas bantuan doa, motivasi selama ini.
11. Teman-temanku (Doni, Daniel, Natallia, Hapirra) yang tergabung dalam tim sukses selama PKN di Kediri serta semua temen kelas B (Iksan, Hadi, Ugik, Udin, Moll, Redi, Rama, Bustan, Budi, Ari, Heri, Uzli, Rida, Lilis, Lidia, Maria, Faulia, Dewi, dan juga temen lain yang tidak disebutkan, aku ucapkan terima kasih banyak atas dukungan, doa dan perhatian dari kalian semua.

12. Semua pihak yang tidak mungkin saya sebutkan satu persatu yang telah terlibat dalam penulisan skripsi ini, saya ucapkan terima kasih yang tidak terhingga.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang sifatnya membangun dan membantu demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Penulis

Fauzan

DAFTAR ISI

Halaman JUDUL	i
Halaman Persetujuan Skripsi	ii
Halaman Persetujuan Tim Penguji	iii
Halaman Surat Keterangan Penelitian	iv
Halaman Riwayat Hidup Penulis	v
Halaman Kata Pengantar	vi
Halaman Daftar Isi	ix
Halaman Daftar Tabel	xiii
Halaman Daftar Gambar	xiv
Halaman Daftar Lampiran	xv
Abstrak	xvi
BAB I : PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	3
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian	4
BAB II : LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	5
B. Jasa	6
1. Pengertian Jasa	6
2. Karakteristik Jasa	6
C. Pengertian Bauran Pemasaran.....	7
1. Bauran Pemasaran Jasa	8

a. <i>Product</i> (Produk)	9
b. <i>Price</i> (Harga)	10
c. <i>Place</i> (Tempat)	12
d. <i>Promotion</i> (Promosi)	14
e. <i>People</i> (Orang)	15
f. <i>Process</i> (Proses)	16
g. <i>Customer Service</i> (Layanan Pelanggan)	16
D. Jasa Perhotelan	18
1. Pengertian Hotel	18
2. Klasifikasi Hotel	19
E. Kepuasan Konsumen	20
F. Hasil Penelitian Terdahulu	22
G. Hipotesis	23
BAB III : METODE PENELITIAN	
A. Identifikasi dan Definisi Konseptual Variabel	24
1. Identifikasi Variabel	24
2. Definisi Konseptual Variabel	24
B. Definisi Operasional Variabel	26
1. Produk (X_1)	26
2. Harga (X_2)	27
3. Tempat (X_3)	27
4. Promosi (X_4)	27
5. Orang (X_5)	28
6. Proses (X_6)	28
7. Layanan Pelanggan (X_7)	28

8. Kepuasan Konsumen (Y)	29
C. Ruang Lingkup Penelitian	29
D. Lokasi Penelitian	29
E. Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	30
1. Populasi	30
2. Teknik Pengambilan Sampel	30
F. Sumber Data	31
1. Data Primer	31
2. Data Sekunder	31
G. Teknik Pengumpulan Data	31
1. Dokumentasi	31
2. Kuesioner	31
H. Pengujian Instrumen Penelitian	32
1. Uji Validitas	32
2. Uji Reliabilitas	33
I. Teknik Analisis Data	33
1. Analisis Deskriptif	33
2. Analisis Kuantitatif	34
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN	
A. Hasil Penelitian	36
1. Sejarah Perusahaan	36
2. Lokasi Perusahaan	38
3. Bentuk Hukum Perusahaan	38
4. Struktur Organisasi	39
5. Produk Hotel	56

6. Harga	58
7. Tempat	59
8. Promosi	60
9. Orang	61
10. Proses	62
11. Layanan Pelanggan	67
12. Tujuan Hotel Pelangi	68
B. Pembahasan Hasil Penelitian	70
1. Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	70
2. Deskripsi Responden	74
3. Deskripsi Variabel	76
4. Analisa Hasil Penelitian	87
5. Pembahasan Hasil Analisis Data	95
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	98
B. Saran	99
DAFTAR PUSTAKA	

ABSTRAK

Pada umumnya setiap perusahaan yang bergerak dibidang industri maupun jasa mempunyai tujuan yang sama, yakni mengoptimalkan laba agar tetap hidup, berkembang dan mampu bersaing. Perhotelan merupakan usaha jasa yang dikelola secara komersil, yang sumber utama pendapatannya berasal dari penjualan kamar sebagai tempat menginap para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mendiskripsikan gambaran bauran pemasaran jasa dan kepuasan konsumen di Hotel Pelangi Malang, untuk menganalisis bauran pemasaran jasa yang terdiri: produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan layanan pelanggan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Pelangi Malang. Selain itu juga untuk menganalisis pengaruh yang dominan diantara bauran pemasaran jasa yang terdiri dari, produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan layanan pelanggan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Pelangi Malang.

Adapun teknik analisis data yang penulis gunakan adalah Analisis Regresi Linier Berganda, Analisis Uji F dan Analisis Uji t, yang kemudian dilanjutkan dengan melakukan pengujian terhadap hipotesis, dengan menggunakan bantuan program SPSS.

Dari hasil analisis data telah diketahui terdapat pengaruh antara variabel produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), promosi (X_4), orang (X_5), proses (X_6) layanan pelanggan (X_7) terhadap kepuasan konsumen (Y), yaitu ditunjukkan dengan persamaan regresi $Y = 0.006 + 0.063 X_1 + 0.087 X_2 + 0.287 X_3 - 0.116 X_4 + 0.079 X_5 + 0.096 X_6 + 0.379 X_7 + e$. Maka dapat ditentukan bahwa faktor yang lebih dominan pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen adalah layanan pelanggan, karena nilai koefisien regresi layanan pelanggan sebesar $0,454 >$ nilai koefisien regresi tempat sebesar 0.402 . Dari hasil analisis regresi linier berganda diperoleh nilai $R = 0.817$ hal ini menunjukkan bahwa secara bersama-sama terdapat hubungan yang kuat dan positif (searah) antara variabel produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), promosi (X_4), orang (X_5), proses (X_6) layanan pelanggan (X_7) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.668 , berdasarkan nilai R Square tersebut dapat diketahui bahwa seluruh variabel bebas mampu memberikan kontribusi terhadap variabel terikat sebesar 66.8% , sedangkan variabel bebas lain yang tidak termasuk dalam model penelitian regresi ini memberikan kontribusi terhadap variabel terikat sebesar 33.2% . Hasil pengujian statistik menunjukkan nilai F_{hitung} sebesar 6.310 , sedangkan nilai F_{tabel} sebesar 2.47 . Jadi menunjukkan bahwa seluruh variabel produk (X_1), harga (X_2), tempat (X_3), promosi (X_4), orang (X_5), proses (X_6), layanan pelanggan (X_7) dalam model regresi secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Hasil analisis uji t untuk

variabel bebas dapat diketahui bahwa diantara tujuh variabel bebas yang diuji yaitu variabel produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, layanan pelanggan, ternyata terdapat terdapat dua variabel bebas yang memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen pada taraf $\alpha = 0,05$. Kedua variabel bebas tersebut adalah variabel tempat (X_3) sebesar 3.171 dan variabel layanan pelanggan (X_7) sebesar 3.333. Sedangkan variabel bebas yang lain yaitu produk, harga, promosi, orang, proses tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.