

**KAJIAN RESPON KONSUMEN TERHADAP STRATEGI  
PEMASARAN HOTEL WISATA INDAH SOLO**

**SKRIPSI**

Oleh :

**Candra Cahyaningrum**

**10803408**



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL POLITIK  
UNIVERSITAS SAHID  
SURAKARTA**

**2004**

UNIVERSITAS SAHID SURAKARTA  
FAKULTAS SOSIAL DAN ILMU POLITIK POLITIK  
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS

SKRIPSI

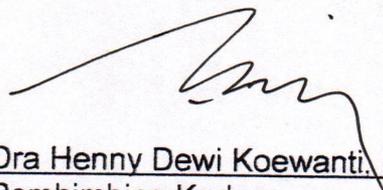
Judul Skripsi: KAJIAN RESPON KONSUMEN TERHADAP STRATEGI  
PEMASARAN HOTEL WISATA INDAH SOLO

Nama Mahasiswa : Candra Cahyaningrum  
NIM/NIRM : 10803408  
Diujikan : 10 Agustus 2004

Menyetujui



Prof. DR. Ir. Waego Hadi Nugroho, Ph.D.  
Pembimbing Pertama



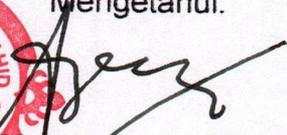
Dra Henny Dewi Koewanti, MPd  
Pembimbing Kedua

\_\_\_\_\_  
Tanggal Disetujui

\_\_\_\_\_  
Tanggal Disetujui

Mengetahui:



  
Agung Nurmansyah, SE, MM, Akt  
Ketua Jurusan Program Studi Administrasi Bisnis

\_\_\_\_\_  
Tanggal Disetujui

## PERNYATAAN

Skripsi ini tidak berisi bahan atau materi yang telah digunakan untuk memperoleh gelar sarjana sebelumnya.  
Sepanjang keyakinan dan pengetahuan penulis skripsi ini tidak berisi materi atau bahan yang telah diterbitkan atau ditulis oleh orang lain kecuali yang digunakan sebagai acuan pustaka

Surakarta, 10 Agustus 2004

Penulis

Candra Cahyaningrum  
10803408

## KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga Skripsi ini dapat penulis selesaikan tepat waktu.

Pada kesempatan ini juga, penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof.DR.Ir.Waego Hadi Nugroho, PHd, selaku dosen Pembimbing I Tugas Akhir ini.
2. Ibu Dra Henny Dewi Koewanti, MPd selaku dosen Pembimbing II Tugas Akhir ini.
3. Keluarga (Mas Nanang, Dito dan Anissa) atas dukungan dan kasih sayangnya.
4. Bapak, Ibu,Mama atas doanya.
5. Bapak Agung Nurmansyah, selaku pihak management Hotel Wisata Indah Solo.
6. Ibu Kahar dan karyawan-karyawati Hotel Wisata Indah Solo.
7. Sahabat-sahabat tercinta (Pak Raji, Christ, Marman, Tim Solo Pos, Ibu2 kecilku, Ita, Erji, Pak Leo, Pak Yuni ,Wira, BM)
8. Rully and Mas Ari
9. Semua pihak yang telah membantu penyusunan Skripsi ini yang tidak bisa Penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari sempurna, namun harapan kami semoga Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca yang budiman dan dengan segala kerendahan hati penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada pada skripsi ini.

Surakarta, 10 Agustus 2004  
Penulis

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
KATA PENGANTAR .....	iii
PERNYATAAN .....	iv
DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	vi
DAFTAR TABEL .....	vii
BAB I      PENDAHULUAN	
1.1    Latar Belakang Masalah .....	1
1.2    Perumusan Masalah .....	6
1.2    Tujuan Penulisan Skripsi .....	6
BAB II     TINJAUAN PUSTAKA	
2.1    Pemasaran dan Manajemen Pemasaran .....	7
2.2    Konsep Pemasaran .....	10
2.3    Strategi Pemasaran produk dan Jasa .....	11
2.4    Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran .....	16
2.5    Sikap Konsumen .....	17
2.6    Model Sikap Multiciri Dalam Riset Pemasaran ..	19
BAB III    METODE PENELITIAN	
3.1    Lokasi Penelitian .....	21
3.2    Sumber Data .....	21
3.3    Populasi dan Sampel .....	21
BAB IV    HASIL DAN PEMBAHASAN .....	25
BAB V     KESIMPULAN DAN SARAN .....	54
DAFTAR PUSTAKA .....	57
LAMPIRAN .....	58

## DAFTAR GAMBAR

No.	Teks	Hal
1	Bagan Organisasi Hotel	29



## DAFTAR TABEL

No.	Teks	Hal
1	Gabungan Bauran Pemasaran	14
2	Tarif Pesaing Hotel Wisata Indah	33
3	Sumber Daya Manusia hotel Wisata Indah	34
4	Volume dan Target Penjualan Hotel	36
5	Tingkat Hunian Kamar Hotel Wisata Indah Solo	36
6	Tingkat Kepentingan Masing-Masing Atribut Menurut	39
7	Butir-butir Atribut Hotel Wisata Indah Solo yang Dianggap Sangat Penting dan Penting Oleh Responden	41
8	Butir-butir Atribut Hotel Wisata Indah Solo yang Dianggap Kurang Penting dan Tidak Penting	42
9	Tanggapan responden Terhadap Atribut Produk Hotel	44
10	Tanggapan responden Terhadap Atribut Pelayanan Hotel	46
11	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Harga	47
12	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Lokasi	48
13	Tanggapan Responden Terhadap Atribut Promosi	49