

**PENGARUH VARIABEL PSIKOLOGIS TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN PADA HOTEL BJ PERDANA
PASURUAN JAWA-TIMUR**

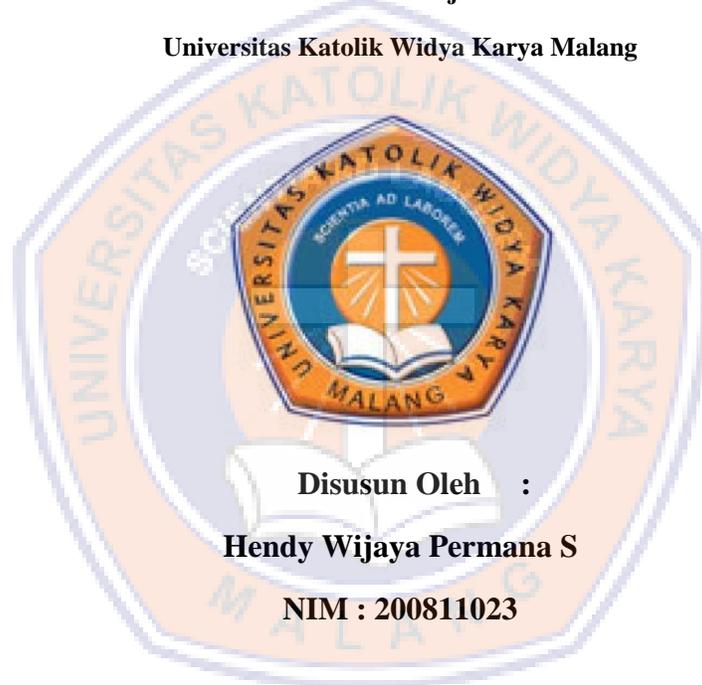
SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Syarat Untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ekonomi Pada Fakultas Ekonomi

Jurusan Manajemen

Universitas Katolik Widya Karya Malang



Disusun Oleh :

Hendy Wijaya Permana S

NIM : 200811023

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA KARYA MALANG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Hendy Wijaya Permana Saputra

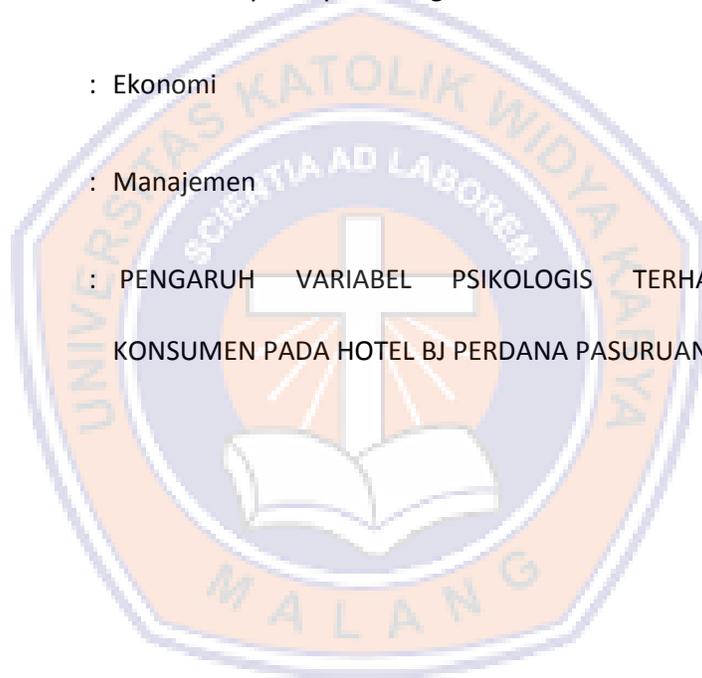
NIM : 200811023

Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Judul : PENGARUH VARIABEL PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN PADA HOTEL BJ PERDANA PASURUAN JAWA-TIMUR



Malang, 19 Juni 2012

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

NIK : 190015

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.

NIK : 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

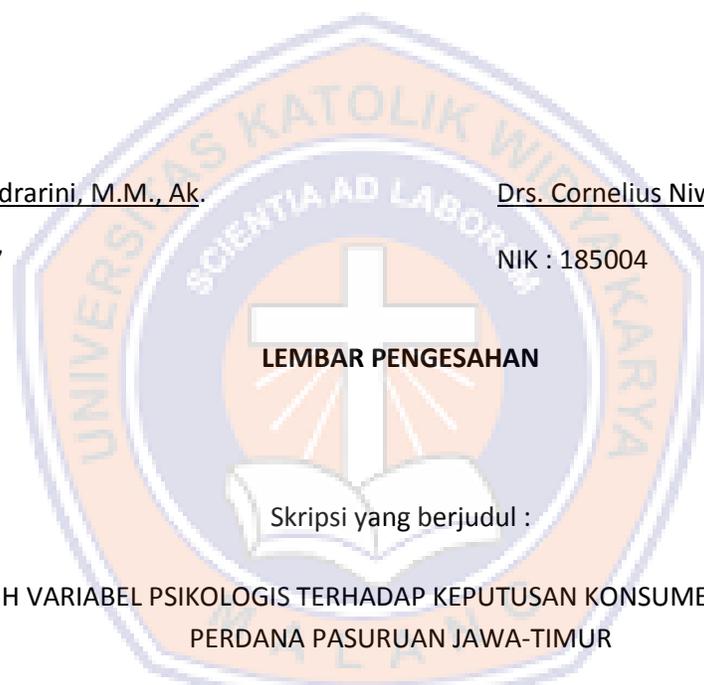
Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini, M.M., Ak.

NIK : 193027

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M.

NIK : 185004



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul :

**PENGARUH VARIABEL PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA HOTEL BJ
PERDANA PASURUAN JAWA-TIMUR**

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Hendy Wijaya Permana Saputra

NIM : 200811023

Telah dipertahankan didepan dewan penguji skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang pada tanggal 19 Juni 2012 dan telah memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Strata Satu (S1).

Disahkan oleh :

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Katolik Widya Karya Malang

Dra. Silvia Indrarini, M.M., Ak.

NIK : 193.027

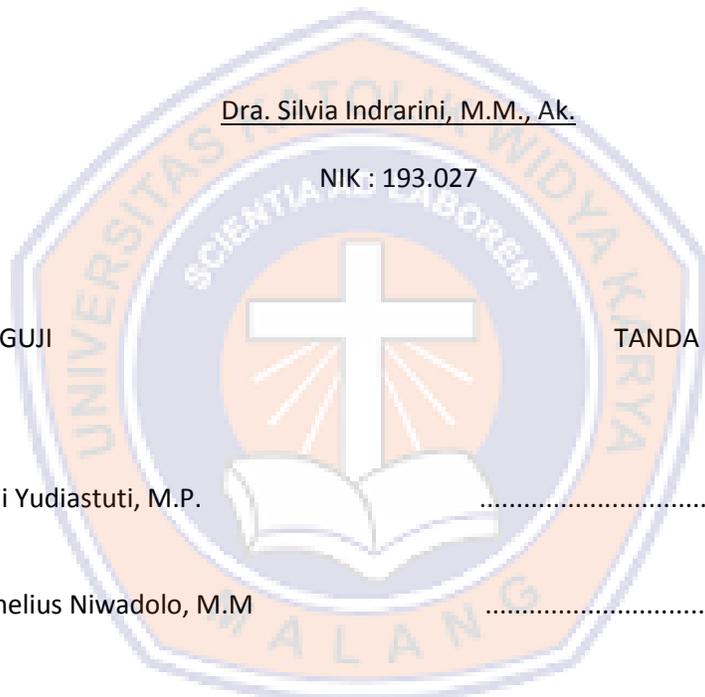
DEWAN PENGUJI

TANDA TANGAN

1. Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

2. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M
MALANG

3. Drs. Junianto Tjahyo, M.M.



PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Kami yang bertanda tangan dibawah ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul : "PENGARUH VARIABEL PSIKOLOGIS TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN PADA HOTEL BJ PERDANA PASURUAN JAWA-TIMUR" merupakan karya asli dari :

Nama : Hendy Wijaya Permana Saputra

NIM : 200811023

Jurusan : Manajemen

Fakultas : Ekonomi

Universitas : Katolik Widya Karya Malang

Dan bukan karya plagiat baik sebagian maupun seluruhnya.

Demikian pernyataan ini kami buat dengan sebenar-benarnya dan apabila terdapat kekeliruan kami bersedia untuk menerima sanksi sesuai dengan aturan yang berlaku.

Malang, 19 Juni 2012

(Hendy Wijaya Permana S)

DITERIMA DAN DISETUJUI

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Anni Yudiastuti, M.P.

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

NIK : 190015

NIK : 185004

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan Manajemen

Dra. Silvia Indrarini, M.M., Ak.

Drs. Cornelius Niwadolo, M.M

NIK : 193027

NIK : 185004



Terima Kasihku

Kepada Tuhan Yang Maha Esa yang selalu menerangi jalanku.

Kepada Mama dan Papa yang selalu menuntunku.

Kepada Saudaraku yang selalu menghiburku dan memberikan modal

Kepada temanku yang selalu mendorongku.

Kepada Komputer dan Modem yang selalu menemaniku

Kepada UAM Kesenian yang menerimaku.

Kepada Komunitas Hacker dan Facker yang memberikan penguat

Kepada Bu Anni yang selalu membimbingku.

Kepada Pak Cornel yang membimbingku

Kepada Riev Kimhong, Latem, HanzoRyota, Nonot, Gudel, Onez Rastafa, Warnet Lucky, Guild Umbrella Corp DMO

Terima Kasih

Motto:

Berlari menuju sesuatu yang berharga

Melewati batu dan kerikil

karena

*Duduk tak akan cukup untuk memberikan
perubahan dan mencapai sesuatu yang berharga*



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Hendy Wijaya Permana Saputra

NIM : 200811023

Universitas : Universitas Katolik Widya Karya Malang

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Tempat/Tanggal Lahir : Malang/ 21 Desember 1989

Agama : Katholik

Nama Orang Tua (Ayah) : Robertus Soedarko
(Ibu) : M. Sri Wulaningsih

Alamat : Jln. Semeru GG Gereja No.8 Malang



Riwayat Pendidikan

- Tahun 2001 : Lulus SDK Mardiwiyata II Malang
- Tahun 2004 : Lulus SMPK Frateran Celaket 21 Malang
- Tahun 2007 : Lulus SMUK Frateran Malang

PLAGIARISME ADALAH PELANGGARAN HAK CIPTA DAN ETIKA

- Tahun 2008 : Terdaftar Sebagai Mahasiswa Universitas Katolik Widya Karya Malang, Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.



KATA PENGANTAR

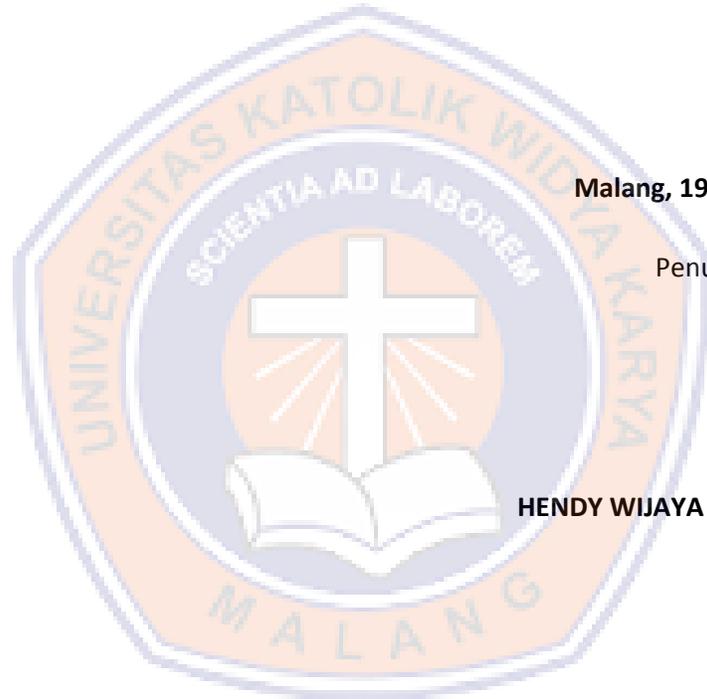
Segala puji syukur dan kemuliaan bagi Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan kasih karunia-Nya yang begitu besar kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai syarat untuk meraih gelar kesarjanaan di bidang Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang.

Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, pengarahan dan dukungan serta motivasi. kepada yang terhormat :

1. Rm. Michael Agung Christiputra, O.Carm., M.A., selaku Rektor Universitas Katolik Widya Karya Malang atas doa, semangat dan motivasi.
2. Dra. Silvia Indrarini, M.M., Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang, yang senantiasa memberikan segala prosedur persyaratan dan perijinan hingga terselesainya skripsi ini.
3. Drs. Cornelius Niwadolo, M.M., selaku Ketua Jurusan dan Dosen Pembimbing II yang telah membantu penulis dalam memberikan prosedur persyaratan dan perijinan, dan telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran dalam membimbing, mengarahkan dan memberikan masukan-masukan serta saran-saran kepada penulis selama proses penyusunan skripsi.
4. Dra. Anni Yudiastuti, M.P. selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia memberikan petunjuk dan bimbingan dengan penuh kesabaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Direktur/pimpinan dan staf, beserta seluruh karyawan, PT. Tondiraya Sentosa MALANG atas kerjasamanya dalam mengadakan penelitian dan pengambilan data yang berkenaan dengan penelitian.
6. Bapak/ibu dosen jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Karya Malang, yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dalam menambah wacana baru bagi penulis dalam skripsi ini.
7. Pihak-pihak yang turut membantu penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukan, kritik dan saran dari semua pihak yang bersifat membangun demi penyempurnaan skripsi ini. Penulis berharap, semoga skripsi ini bermanfaat dan berguna untuk menambah wacana dan wawasan baru bagi semua pihak yang berkepentingan.

Akhirnya, penulis menyampaikan terima kasih atas segala bantuan maupun dukungan dari semua pihak hingga terselesainya penyusunan skripsi ini. Semoga Tuhan berserta kita. Amin.



Malang, 19 Juni 2012

Penulis,

HENDY WIJAYA PERMANA S

DAFTAR ISI

JUDUL	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN KETERANGAN BEBAS PLAGIAT	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
ABSTRAKSI	
BAB I PENDAHULUAN	1

A. LATAR BELAKANG MASALAH	1
B. PERUMUSAN MASALAH	5
C. TUJUAN PENELITIAN	6
D. MANFAAT PENELITIAN	6



BAB II LANDASAN TEORI.....	8
A. TEORI YANG MENDASARI PENELITIAN	8
B. TINJAUAN TEORI	12
1. Pengertian Pemasaran	12
2. Pengertian Manajemen Pemasaran	13
3. Konsep Pemasaran	14
4. Jasa	15
5. Definisi Perilaku Konsumen	24
6. Pentingnya Perilaku Konsumen	26
7. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	26
8. Pengaruh Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen	35
C. TAHAP-TAHAP KEPUTUSAN PEMBELIAN	38
D. KERANGKA PIKIR	41
E. HIPOTESIS PENELITIAN.....	42
BAB III METODE PENELITIAN.....	44
A. JENIS PENELITIAN	44
B. RUANG LINGKUP PENELITIAN	44
C. LOKASI PENELITIAN	45
D. POPULASI, SAMPEL, dan TEKNIK SAMPLING	45
E. SUMBER DAN JENIS DATA	48
F. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL	52

G. METODE PENGUMPULAN DATA	56
H. TEKNIK ANALISIS DATA	58
BAB IV ANALISIS DAN INTERPRESTASI DATA	72
A. GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	72
1. Sejarah Hotel BJ Perdana	72
2. Visi dan Misi Perusahaan	75
B. GAMBARAN UMUM RESPONEN PENELITIAN	80
1. Deskripsi Karakteristik Responden	80
2. Pengujian Data Hasil Kuesioner	89
C. ANALISIS DAN INTERPRESTASI DATA	97
1. Uji Instrumen	97
2. Pengujian Asumsi Klasik	99
3. Pengujian Hipotesis	108
D. IPLIKASI HASIL PENELITIAN	116
BAB V PENUTUP	123
A. SIMPULAN	123
B. SARAN	124

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	82
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin.....	83
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Status Pernikahan	84
<i>Tabel 4.4</i>	<i>Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan</i>	<i>85</i>
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan	87
Tabel 4.6	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan	88
Tabel 4.7	Deskripsi Responden Berdasarkan Fasilitas yang dihuni	89
Tabel 4.8	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Motivasi (X1).....	91
Tabel 4.9	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Persepsi (X2)	92
Tabel 4.10	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Pembelajaran(X3)	94
Tabel 4.11	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Keyakinan dan Sikap (X4).....	95
Tabel 4.12	Distribusi Frekuensi Jawaban Responden tentang Keputusan Konsumen (Y1).....	97
Tabel 4.13	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	100

Tabel 4.14	Tabel Uji Normalitas Untuk Masing-Masing variable	103
Tabel 4.15	Hasil Durbin Watson	108
Tabel 4.16	Uji Non-Multikolinieritas dengan menggunakan VIF.....	109
Tabel 4.17	Hasil Analisis Regresi Linear Berganda.....	110
Tabel 4.18	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	117



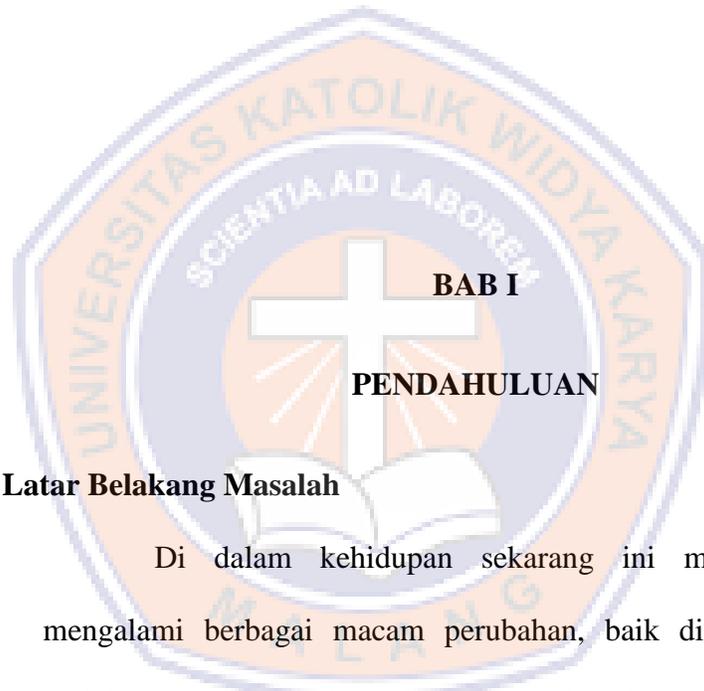
DAFTAR GAMBAR

Gambar

Gambar 2.1	Konsep Pemasaran.....	15
Gambar 4.1	Logo Hotel BJ Perdana Pasuruan.....	75
Gambar 4.2	Gambar Hotel BJ Perdana Pasuruan	75
Gambar 4.3	Gambar Fasilitas dan kamar Hotel BJ Perdana Pasuruan.....	75
Gambar 4.4.	Distibusi responden berdasarkan usia	83
Gambar 4.5	Distibusi responden berdasarkan kelamin.....	84
Gambar 4.6	Distibusi responden berdasarkan pendidikan.....	86
Gambar 4.7	Distibusi responden berdasarkan pekerjaan.....	87
Gambar 4.8	Distibusi responden berdasarkan pendapatan.....	88
Gambar 4.9	Distibusi responden berdasarkan fasilitas	89
Gambar 4.10	Scater Plot	104
Gambar 4.11	Grafik Uji Non-Heterokedastisitas.....	106

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Print Out Hasil SPSS



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di dalam kehidupan sekarang ini masyarakat banyak mengalami berbagai macam perubahan, baik di bidang ekonomi, sosial, maupun budaya. Begitu pula dengan kebutuhan dan keinginannya, kebutuhan manusia selalu berubah sangat cepat sesuai dengan sifat manusia sendiri yang tidak akan pernah puas dengan apa yang dimilikinya. Disisi lain dimana era perdagangan bebas bersaing sedang berlangsung, oleh karena itu setiap perusahaan dituntut untuk mempunyai daya saing yang tinggi. Hal ini dapat dilihat dengan banyaknya perusahaan barang/jasa yang memproduksi barang sejenis

dengan kegunaan yang sama dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Produsen dari berbagai macam produk barang dan jasa berusaha keras merebut simpati dan menciptakan keinginan membeli dari konsumen. Selain itu untuk dapat bertahan dan maju dalam persaingan yang kompetitif, perusahaan memerlukan perencanaan dan pelaksanaan secara cermat dan matang sehingga tujuan perusahaan bisa tercapai dengan baik. Dengan didukung perkembangan jaman yang begitu pesat maka kemajuan-kemajuan yang dilakukan manusia secara maksimal dapat diwujudkan, di samping itu mobilitas barang dan jasa yang beredar di dalam masyarakat dapat berjalan dengan lancar dengan adanya fasilitas-fasilitas yang ada mulai dari mesin berat sampai yang bersifat ringan, hal ini membuat manusia mudah dalam memenuhi kebutuhannya. Sehingga pada akhirnya akan membuat tingkat konsumsi masyarakat yang semakin meningkat.

Kegiatan pemasaran merupakan salah satu faktor pendukung pencapaian tujuan perusahaan. Pemasaran merupakan salah satu sistem dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang dan jasa kepada konsumen. Secara umum kegiatan pemasaran adalah untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan para konsumennya dan mempengaruhi pembeli/konsumen untuk bersedia membeli barang dan jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan. Faktor-faktor utama yang mempengaruhi perilaku

konsumen yaitu, faktor budaya, faktor sosial, faktor psikologis yang kompleks Kotler (2000:183)

Sekarang ini persaingan didunia bisnis semakin pesat serta adanya pasar bebas di dunia bisnis internasional. Berbagai macam produk barang dan jasa banyak yang ditawarkan dengan berbagai macam bentuk dan harga. Oleh karena itu produsen berusaha untuk membuat produk semenarik mungkin yang bertujuan untuk menarik minat konsumen untuk membeli produk barang atau jasanya. Usaha yang dilakukan oleh produsen tersebut terjadi akibat dari persaingan antar produsen yang semakin ketat dalam memproduksi barang yang sejenis.

Persaingan produk dan jasa yang sejenis terjadi disetiap lahan bisnis, termasuk pula dalam bisnis perhotelan. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya hotel-hotel baru yang berdiri atau baru dibangun dengan berbagai macam konsep dan fasilitas-fasilitas yang baru juga. Perkembangan perhotelan mengalami perubahan yang sangat cepat sesuai dengan perkembangan jaman. Para produsen perhotelan saling bersaing untuk menguasai pasar, yaitu dengan menawarkan berbagai macam fasilitas-fasilitas, pelayanan dan keunggulan hotelnya masing-masing. Salah satunya adalah hotel “BJ Perdana Resort and Spa Pasuruan”. Perusahaan menerapkan usaha perhotelan ini secara agresif dan tepat sasaran serta meningkatkan kualitas pelayanan secara

kompetitif. Produsen juga memberikan fasilitas-fasilitas perhotelan dengan pilihan yang beraneka ragam.

Pemahaman terhadap perilaku konsumen dapat membantu manajemen dalam upaya untuk menciptakan cara yang tepat untuk mendorong konsumen untuk melakukan pembelian terhadap produk barang/jasanya itu, bahkan tidak menutup kemungkinan untuk dapat menjadi konsumen yang loyal. Dengan demikian perusahaan dituntut untuk mencermati serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam membeli suatu produk barang/jasa. Salah satu faktor yang berperan penting adalah faktor psikologis Kotler (2000 : 196) menyatakan faktor psikologis terdiri dari motivasi, persepsi, pembelajaran, keyakinan dan sikap

Faktor psikologis merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian yang sifatnya internal dan muncul dari dalam diri konsumen itu sendiri. Variabel psikologis yang mendorong konsumen untuk melakukan keputusan pembelian dapat disebut juga dengan motivasi. Persepsi ini muncul dari interpretasi dari hasil tanggapan indera penerima (mata, telinga, mulut dan jari). Seperti kita ketahui dalam hierarki kebutuhan manusia Maslow dalam Kotler (2000 :197) salah satunya adalah kebutuhan penghargaan. Salah satu cara penghargaan adalah dengan menyewa hotel dengan harga yang mahal dan mengikuti spa terapi.

Semakin bersaingnya perusahaan perhotelan, ditandai dengan banyaknya hotel-hotel baru yang berdiri dan banyaknya fasilitas-fasilitas hotel baru yang ditawarkan. Para produsen/pengusaha hotel bersaing secara ketat dalam menguasai pangsa pasar yang ada, mengingat konsumen semakin cermat dalam menilai suatu barang/jasa yang berkualitas sesuai dengan selera serta sesuai dengan kebutuhan mereka. Para konsumen membeli/menyewa jasa hotel “BJ Perdana Resort and Spa Pasuruan” karena kebutuhan akan jasa tersebut tidak lepas dari faktor psikologis dari setiap individu sebagai konsumen. Peranan faktor psikologis berperan penting di dalam pengambilan keputusan konsumen dalam menyewa jasa hotel BJ Perdana Pasuruan, karena sebagian besar keputusan konsumen dalam menyewa jasa hotel BJ Perdana Pasuruan ditentukan oleh faktor-faktor psikologis.

Berdasarkan konsep di atas, dan mengingat pentingnya faktor perilaku konsumen, maka penelitian ini diarahkan untuk membahas variabel-variabel psikologis yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian pada hotel “BJ Perdana Resort and Spa Pasuruan”. Dalam penelitian ini judul yang dipilih adalah: “ Pengaruh Faktor-Faktor Psikologis Terhadap Keputusan Konsumen Pada Hotel “ BJ Perdana Resort and Spa” Pasuruan – Jawa Timur.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut :

1. Apakah Variabel Psikologis yang terdiri dari Motivasi (X1), Persepsi (X2), Pembelajaran (X3), Keyakinan dan Sikap (X4) berpengaruh secara signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pada hotel “BJ Perdana Resort and Spa”
2. Variabel psikologis manakah yang berpengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pada hotel “BJ Perdana Resort and Spa”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah, maka tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui signifikansi pengaruh Variabel Psikologis yang terdiri dari Motivasi (X1), Persepsi (X2), Pembelajaran (X3), Keyakinan dan Sikap (X4) berpengaruh secara signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pada hotel “BJ Perdana Resort and Spa”
2. Untuk mengetahui variabel psikologis yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa pada hotel “BJ Perdana Resort and Spa”

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak sebagai berikut :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi peneliti untuk menambah dan mengembangkan teori yang didapat dan sebagai syarat menyelesaikan pendidikan, juga dapat menambah khasanah ilmu pengetahuan di bidang ilmu manajemen pemasaran, melatih berfikir secara logis dan mengintergrasikan teori-teori yang ada untuk diterapkan di penelitian.

2. Bagi Peneliti Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan bagi peneliti lain yang berminat untuk melakukan penelitian lebih lanjut.

3. Bagi Perusahaan “Hotel BJ Perdana Resort and Spa Pasuruan”

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan informasi dan masukan bagi perusahaan untuk mengetahui faktor psikologi konsumen dalam memilih produk yang ditawarkan sehingga pihak perusahaan akan dapat senantiasa menyusun strategi dalam rangka memenuhi harapan konsumen.

4. Bagi Universitas

Hasil penelitian ini dapat menjadi tambahan wacana dan bahan bacaan bagi pihak universitas mengenai manajemen pemasara terutama mengenai pengaruh faktor psikologi terhadap keputusan konsumen dalam memilih barang/jasa perhotelan.



A. Teori Yang Mendasari Penelitian

1. Penelitian Terdahulu

a. Karolus Iwan Setiabudi (2007)

1) Judul : Analisis Faktor Psikologis Yang Mempengaruhi Keputusan Pasien Dalam Memilih Pelayanan Jasa Pada Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Malang.

2) Penelitian dilakukan di Rumah Sakit Umum Daerah Kabupaten Malang.

Metode pengumpulan data :