




Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara tanggapan konsumen terhadap jasa akomodasi yang meliputi kamar, pelayanan, fasilitas, dan lingkungan dengan kesediaan untuk menjadi agen promosi. Yang dimaksud dengan agen promosi di sini yaitu, kesediaan untuk mempromosikan produk jasa hotel, setelah yang bersangkutan menginap di hotel tersebut kepada orang lain.

Yang menjadi variabel dependen adalah kesediaan untuk menjadi agen promosi. Indikatornya yaitu kesediaan untuk ; mempengaruhi orang lain untuk memakai jasa hotel tersebut, memberitahukan jasa hotel, memberitahukan keistimewaan hotel , dan tidak menonjolkan kekurangan hotel pada orang lain. Sedangkan variabel independen yaitu (1) kamar, indikatornya adalah; ukuran kamar, ukuran tempat tidur, penerangan, kebersihan , kerapian , sirkulasi udara perlengkapan , terhindarnya kamar dari keramaian, *bathroom*, dan tarif kamar. (2) pelayanan, indikatornya adalah; keterampilan, kecekatan, keramahan, perhatian, cara menyebut nama tamu, cara memberi informasi, cara berbicara dari petugas



daerah asal, penyebab konsumen memakai jasa hotel, cara konsumen mendapatkan informasi mengenai hotel, dan pihak yang ikut menentukan keputusan pembelian

Untuk mencapai tujuan tersebut, cara yang ditempuh adalah melalui wawancara dan penyebaran kuesioner. Sampel yang diambil sebanyak 70 penginap hotel yang merupakan tamu nusantara penghuni *standard room*. Data mengenai tanggapan konsumen dibuat dengan skala ordinal, yang dikumpulkan melalui kuesioner. Responden memilih satu dari empat alternatif jawaban, yaitu pilihan jawaban Sangat Setuju, Setuju, Tidak Setuju, Sangat Tidak Setuju.

Setelah data terkumpul, diadakan analisis. Dengan cara, mula-mula hasil jawaban dari kuesioner yang terkumpul diberi skor dan dihitung untuk tiap variabel. Lalu dibuat range berdasar jumlah item tiap akomodasi untuk memasukkan skor-skor ke dalam kelompok skor Positif dan Negatif. Sedangkan untuk kesediaan menjadi agen promosi dikelompokkan dalam kelompok skor Bersedia dan Tidak Bersedia. Langkah berikutnya melakukan analisis dengan Koefisien Korelasi Kontingensi (KK) dengan terlebih dahulu menghitung Kai Kuadrat yang menggunakan tabel  $2 \times 2$ .