

SKRIPSI

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI HOTEL INNA GARUDA
YOGYAKARTA**

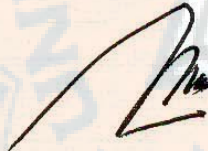
Oleh :

Ricardo Theodore

NIM : 062214032

Telah Disetujui Oleh :

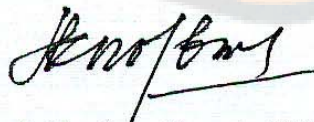
Pembimbing I



Dr. H. Herry Maridjo, M.Si.

Tanggal 19 Juli 2011

Pembimbing II



Drs. L. Bambang Harnoto, M.Si.

Tanggal 3 Agustus 2011

ABSTRAK

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MENGINAP DI HOTEL INNA GARUDA
YOGYAKARTA**

Ricardo Theodore
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2011

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan dan parsial *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Inna Garuda. Jenis penelitian adalah survei yang dilaksanakan di Hotel Inna Garuda di Jalan Malioboro no 60 Yogyakarta. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah atau sedang menginap di Hotel Inna Garuda minimal selama 2 hari. Sampel yang digunakan sebanyak 111 responden. Teknik sampling yang dipakai penulis adalah *convenience sampling*. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner dan wawancara. Dalam menganalisis data yang telah diperoleh, penulis menggunakan analisis regresi berganda. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan digunakan uji F, dan untuk mengetahui pengaruh secara parsial digunakan uji t. Dari hasil penelitian diperoleh bahwa secara simultan *product, price, place, promotion, people, process, dan physical evidence* berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Inna Garuda. Dan secara parsial *product, price, place, promotion, dan people* berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Inna Garuda, sedangkan secara parsial *process, dan physical evidence* tidak berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk menginap di Hotel Inna Garuda.

Kata kunci: *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, keputusan konsumen untuk menginap*

ABSTRACT

**THE INFLUENCE OF MARKETING MIX TOWARDS CONSUMER'S
DECISION TO STAY AT INNA GARUDA HOTEL YOGYAKARTA**

Ricardo Theodore
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2011

This study aims to determine simultaneous and partial influence of product, price, place, promotion, people, process and physical evidence towards the consumer's decision to stay at the Inna Garuda Hotel. The research is a survey conducted at the Inna Garuda Hotel at Malioboro Street Number 60 Yogyakarta. The population in this study are all consumers who have or are staying at the Inna Garuda hotel for at least 2 days. The sample used as many as 111 respondents. The sampling technique used by the research was convenience sampling. The techniques used in data collection were questionnaires and interviews. In analyzing the data that had been obtained, the research employed multiple regression analysis. To determine the simultaneous influence, the research used the F test, and to determine the partial effect, the research used t test. The research found that simultaneously product, price, promotion, people, process, and physical evidence influenced the consumer's decision to stay at Inna Garuda Hotel. Partially, only product, price, place, promotion, and people influenced the consumer's decision to stay at Inna Garuda Hotel.

Key words: product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, the consumer's decision to stay