

BAB III

OBJEK DAN METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah Singkat Hotel Endah Parahyangan

Hotel Endah Parahyangan merupakan jasa penyedia pelayanan penginapan yang terletak di daerah pinggiran kota Bandung yakni terletak di Jl. Raya Cibereum No. 14. Hotel ini berdiri sejak tahun 1992 dengan mengusung Tagline “*Affordable Comfortable*” dengan makna yakni ingin memberikan pelayanan yang ramah, dan membuat Konsumen merasa seperti di rumah sendiri. Selain itu, fasilitas pun disediakan se nyaman mungkin bagi konsumen.

Pada tahun 1988 Hotel Endah Parahyangan mulai dibangun oleh H.Otong Sarbini dengan niat membangun Hotel dan Pabrik. Pada tahun 1992 Hotel Endah Parahyangan mulai beroperasi dibawah pimpinan Aceng Marjuk, putra ketiga dari H.Otong Sarbini. Pada tahun 1994 H.Otong Sarbini menghembuskan nafas terakhir dan mewariskan Hotel Endah Parahyangan ini kepada seluruh anak dan cucunya untuk mengembangkan Hotel Endah Parahyangan ini menuju Hotel yang terbaik.

Pada tahun 2011 salah satu aset dari keluarga H.Otong yaitu pabrik konveksi dijual untuk mengembangkan Hotel untuk pembangunan fasilitas-fasilitas yang sudah diberikan oleh hotel hingga saat ini.

Lokasi Hotel Endah Parahyangan yang berada di daerah Bandung Barat, memiliki keunggulan yaitu berada di jalur ramai. Disamping itu, hotel ini

merupakan satu-satunya hotel yang berada di Jalan Raya Cibeureum yang strategis. Disamping itu, untuk menuju pusat Kota Bandung juga dekat seperti Pasarbaru atau dekat dengan Bandara Husen. *Market Hotel Endah Parahyangan* ini untuk semua segmen baik corporate, government ataupun individu.

Bila ditinjau dari klasifikasi hotel berbintang, hotel Endah Parahyangan termasuk kedalam hotel berbintang 3. Ditinjau dari buku ensiklopedia mini hotel, hotel bintang 3 harus memiliki klasifikasi yakni sebagai berikut:

Umum

Unsur dekorasi Indonesia tercemin di dalam *lobby*, restoran, kamar tidur dan *function room*

Bedroom

- Mempunyai minimum 20 kamar dengan luasan 22 meter kubik/kamar.
- Terdapat minimum dua kamar *suite* dengan luasan kamar 44 meter kubik/kamar.
- Tinggi minimum 2,6 meter tiap lantainya.

Dining Room

Bila tidak berdampingan dengan *lobby* maka harus dilengkapi dengan kamar mandi atau WC sendiri.

Bar

- Apabila berupa ruang tertutup maka harus dilengkapi dengan pengatur udara mekanik (AC) dengan suhu 24 derajat celcius.
- Lebar ruang kerja *bartender* setidaknya 1 meter.

Sarana Olah Raga dan Rekreasi

- Minimum satu buah dengan pilihan: tenis, *bowling*, golf, fitnes, sauna, *billiard*, *jogging*, diskotik, taman bermain anak.
- Terdapat kolam renang dewasa yang terpisah dengan kolam renang anak.
- Sarana rekreasi untuk hotel di gunung dapat dipilih dari alternatif *hiking*, berkuda atau berburu.

Lobby

- Mempunyai luasan minimum 30 meter/kubik.
- Dilengkapi dengan *lounge*.
- Toilet umum minimum satu buah dengan perlengkapan.
- Lebar koridor minimum 1,6 meter.

Drug Store

- Minimum terdapat *drug store, bank, money changer*, biro perjalanan, *air lines agent, souvenir shop*, perkantoran, butik, salon.
- Tersedia poliklinik.
- Tersedia paramedis.

Ruang Fungsional

- Minimum terdapat satu buah pintu masuk yang terpisah dari *lobby* dengan kapasitas minimum 2,5 kali jumlah kamar
- Dilengkapi dengan toilet apabila tidak ada dalam satu lantai dengan *Lobby*
- Terdapat *pre-function room*.

Utilitas Penunjang

- Terdapat transportasi vertikal yang bersifat mekanis.
- Ketersediaan air minum 500 liter/orang/hari.
- Dilengkapi dengan instalasi air panas/dingin.
- Dilengkapi dengan telepon lokal dan interlokal.
- Tersedia PABX.
- Dilengkapi dengan sentra video/TV, radio, *paging car call* (Aminudin, 2013:24)

3.1.2 Fasilitas Yang Dimiliki Hotel Endah Parahyangan**3.1.2.1 Fasilitas Kamar dan Fasilitas Parkir**

Hotel Endah Parahyangan memiliki 137 kamar lengkap dengan kamar *standard, superior, deluxe, executive* dan *suite room*. Untuk memenuhi kebutuhan *meeting, incentive, convention and exhibition* (MICE), tersedia pula delapan *meeting room* berkapasitas 20-350 orang. Selain itu tersedia tempat parkir luas untuk konsumen rombongan dengan kapasitas hingga 70 mobil atau 5 bis pariwisata.

3.1.2.2 Fasilitas Kolam Renang (Hotel Endah Parahyangan Waterpark)

Kolam renang ini terletak di area hotel paling belakang, didesain menggunakan 2 ukuran kedalaman. Hal ini akan membuat pengunjung merasa nyaman, karena kolam renang untuk anak-anak dan dewasa terpisah. Kolam renang ini adalah fasilitas dari hotel bagi konsumen yang menginap bila ingin melepas lelah dan bersantai di tepi kolam dan kolam renang ini juga dibuka untuk umum. Jam buka 06.00-21.00 WIB. Harga tiket masuk: Weekdays – Weekends : Rp.20.000.

Untuk kenyamanan konsumen, semua pembelian tiket dilakukan di *Lobby Waterpark* dan anda akan mendapatkan gelang individu anda sendiri di pintu masuk setelah melakukan pembayaran. Untuk membuat konsumen nyaman, Hotel Endah Parahyangan ini memiliki fasilitas kolam renang seperti berikut:

- Ruang ganti luas, dengan *shower* dan WC.
- Aman loker. (loker hanya Rp. 5000 untuk sehari, ditambah Rp. 5000 deposit yang dikembalikan, ketika anda kembalikan kunci loker anda).
- Tempat pertolongan pertama/*life guard*/guru.
- Hotel Endah Parahyangan *waterpark* juga menawarkan berbagai pilihan makanan, makanan ringan dan minuman baik di kedai cepat saji, misalnya kentang sosis, baso, *crepes*, atau tarawangsa *coffeeshop*.

- Photographer untuk menangkap momen menyenangkan dari hari anda.
- Taman bermain anak-anak *bikes for children, reading, painting.*
- TV layar lebar.
- Musik diputar sepanjang hari.

3.1.2.3 *Merchandise, Souvenir and kios foto*

- Baju Pria dan Wanita, Batik

Baju pria dan wanita yang berdesain formal maupun non formal dengan berbagai macam warna dan motif. Untuk *casual* maupun formal. Harga mulai dari Rp.35.000.

- Perlengkapan Renang

Handuk pantai, T-shirt, Topi, Mug, Kacamata, Baju Renang, Sandal.

- Kios Foto

Para fotografer membuat gantungan kunci foto, lencana foto, magnet kulkas dan kolase foto.

- Aksesoris

Berbagai macam aksesoris mulai dari gantungan kunci, gelang, patung wayang yang bercorak batik yang cocok untuk oleh-oleh maupun pajangan dirumah. Harga mulai dari Rp. 30.000.

- Tas

Tas tersedia dalam berbagai jenis. Ada tas punggung, tas untuk kerja, tas untuk acara pernikahan, tas untuk santai, maupun tas untuk acara formal.

- Sepatu

Sepatu tersedia dengan berbagai bentuk baik untuk pria dan wanita dengan berbagai warna, ukuran dan corak, serta dapat digunakan untuk berbagai macam acara. Harga mulai dari Rp.35.000.

3.1.2.4 Tarawangsa Coffeeshop

Tarawangsa *coffeeshop* berada di dekat kolam renang, restoran ini didesain sangat elegan dan minimalis. Dengan gaya meja dan kursi kontemporer, restoran ini terlihat artistik. Restoran ini dapat menampung 80 orang. Dinding pemisah antara restoran dengan kolam renang yang terbuat dari kaca membuat anda dapat leluasa mengawasi anak-anak yang sedang bermain di kolam renang. Tarawangsa menyajikan menu khas Indonesia dan masakan Eropa.

3.1.2.5 Spa and Massage

Sebuah area yang luas dan indah dengan konsep *reflecting pool* dan ruang pijat dibuat untuk mengendurkan tubuh dan pikiran dan *rejuvenate* setelah hari yang panjang dan melelahkan, untuk pria dan wanita. Buka setiap hari.

3.1.2.6 *Team Building, Pelatihan, Club Renang*

3.1.2.7 *Membership: Monthly and Annual Fee*

Example for Annual Benefits:

- *Complimentary Deluxe Room for two (2) nights stay at Hotel Endah Parahyangan inclusive of breakfast for two (2) persons (non transferable & based on room availability).*
- *Complimentary of massage voucher of Rp.100.000nett.*
- *25% discount on food (dine-in, ala carte menu only).*
- *25% discount for spa and massage.*
- *Full acces to all Hotel Endah Parahyangan club's reciprocals.*

3.1.2.8 *Kacapi Bar & Karaoke*

Bila Komsumen ingin menghabiskan malam bersama teman maupun rekan kerja dalam suasana yang santai, anda dapat memilih bar ini yang berada persis diatas *lobby lounge*. Untuk membuat suasana lebih hangat, anda dapat mencoba berkaraoke bersama teman ataupun rekan bisnis dengan fasilitas yang telah kami siapkan. Nikmati suasana santai dan akrab dengan iringan musik dan beragam minuman yang tersedia.

3.1.2.9 *Ruang Rapat*

Hotel Endah parahyangan memiliki 10 ruang pertemuan dengan ukuran dan kapasitas yang berbeda-beda. Semua ruangan pertemuan di Hotel Endah Parahyangan memiliki nuansa Parahyangan. Semua ruangan dilengkapi fasilitas *infocus, sound system, meeting kit* dan pendingin

ruangan (AC). Dapat dimanfaatkan sebagai ruang seminar, pertemuan bisnis dan pernikahan dan lainnya.

3.1.2.10 Mesjid Sarbini

Mesjid ini terletak disamping Tarawangsa *Coffeeshop*.

3.1.2.11 Concierge/Baggage Storage

3.1.2.12 Safe Deposit Box

3.1.2.13 Laundry

3.1.2.14 Wi-fi Access

3.1.2.15 Garden/Park

3.1.2.16 Room Service

3.1.2.17 Lobby Lounge

3.1.2.18 Business Centre

3.1.2.19 24 Hours Security

3.1.2.20 Nearby Pharmacy

3.1.2.21 Free Parking

3.1.2.22 Rental Car

3.1.3 Visi dan Misi Hotel Endah Parahyangan

Visi Hotel Endah Parahyangan

1. Memperoleh keuntungan melalui bisnis ini dengan menciptakan fasilitas-fasilitas dan lingkungan yang menyehatkan.
2. Orang sehat menciptakan masyarakat kuat – *Healty people create strong communitites.*

3. Menjadikan Hotel Endah Parahyangan sebagai salah satu sarana penginapan sekaligus tempat rekreasi terbaik di Kota Cimahi dan Bandung.

Misi Hotel Endah Parahyangan

1. menyediakan pengalaman bagi para tamu dengan santai dan menyenangkan melalui standar kualitas tertinggi dari sisi keramahtamahan.
2. berkomitmen untuk secara konsisten menyediakan rekreasi yang menyenangkan, lingkungan yang aman, bersih dan pengalaman liburan yang mengesankan untuk setiap tamu dan setiap anggota staf.
3. memperhatikan standar keamanan sesuai dengan standar yang ada,

3.1.4 Aktifitas Promosi Hotel Endah Parahyangan

Hotel Endah Parahyangan sebelum melakukan promosi terlebih dahulu memperkenalkan terlebih dahulu mengenai keberadaan dan fasilitas hotel tersebut.

Disini Humas Hotel Endah Parahyangan bagaimana caranya memberikan informasi agar konsumen tersebut dapat dan mengenal lebih dalam bahwa Hotel Endah Parahyangan ini adalah hotel dengan biaya yang minim/murah yang kebanyakan konsumen beranggapan bahwa hotel adalah tempat yang dapat mengeluarkan biaya sangat mahal.

Untuk para konsumen hotel biasanya yang pertama dilirik yaitu promosi, fasilitas dan bangunan hotel tersebut, disini Humas Hotel Endah Parahyangan memberikan *tour guide* singkat terhadap calon konsumen dengan singkatnya

membujuk agar dengan segera para calon konsumen melakukan pembelian/pembokingan hotel.

Beberapa kegiatan atau aktifitas promosi yang dilakukan oleh Humas Hotel Endah Parahyangan yaitu Hotel Endah Parahyangan melakukan pesan iklan melalui media-media perusahaan antara lain seperti pengiklanan fasilitas kolam renang melalui media sekolah atau fasilitas *meeting* dengan dinas-dinas yang terkait. Biasa juga melalui mulut ke mulut karena lebih efisien dan agar lebih terpercaya untuk membujuk konsumen baik itu individu maupun perusahaan agar menggunakan fasilitas hotel. Namun selain dari mulut ke mulut juga Hotel Endah Parahyangan melakukan pesan iklan melalui brosur, pamflet, koran, *yellow pages* dan majalah yang biasa mengulas tentang pariwisata kota Bandung biasanya diberikan secara gratis yang berlokasi di bandara, stasiun kereta api, terminal bus.

Hotel Endah Parahyangan memberikan informasi lisan secara detail seperti yang sekarang sedang meningkat yaitu promosi mengenai paket *wedding*, *swimming* dan *meeting* dengan promosi-promosi yang menarik serta berbagai paket yang diberikan seperti contoh paket member untuk *swimming* dengan membuat member seharga Rp.175.000 dapat berenang sepuasnya selama 1 bulan disetiap harinya atau dengan mengambil paket 3 bulan dengan harga Rp.350.000. Dan promosi ini sangat berhasil menarik para konsumen untuk mengajak kembali teman-temannya dan merekomendasikan untuk datang dan menggunakan promosi Hotel Endah Parahyangan.

Hotel Endah parahyangan melakukan beberapa promosi seperti "*Flyering*" untuk saat ini memfokuskan pada promosi *flyering wedding*,

swimming dan *spa*. Dengan cara Humas Hotel Endah Parahyangan menunjuk perwakilan dari Hotel Endah Parahyangan untuk hadir di tengah masyarakat untuk memberikan pesan kepada konsumen dengan cara memberikan *flyer* keperumahan-perumahan dengan menjelaskan promosi yang ada di Hotel Endah Parahyangan agar tertarik dengan promosi hotel tersebut.

Hotel Endah Parahyangan berusaha untuk menggambarkan secara jelas atau teridentifikasi dalam iklan melalui poster, spanduk atau reklame dalam mempublikasikan baik itu promosi hotel maupun fasilitas yang ada di hotel. Dengan contoh promosi Hotel Endah Parahyangan menempelkan poster di beberapa sekolah-sekolah sekitaran hotel untuk merespon, baik itu guru maupun siswanya agar mengadakan acara di hotel tersebut dengan berbagai kegiatan seperti olahraga air maupun acara seperti ulang tahun dengan menempelkan di mading sekolah, contoh selanjutnya melakukan promosi dengan dinas-dinas yang berada di kota Bandung dan Cimahi untuk melakukan *meeting* di Hotel Endah Parahyangan yang secara khusus harus melakukan pendekatan dan kerja sama terlebih dahulu.

Hotel Endah Parahyangan melakukan kegiatan promosi dengan cara “*tellemarketing*” melakukan pembicaraan secara langsung melalui telephone dengan calon konsumen yang biasanya melakukan promosi ini kepada instansi-instansi maupun perusahaan-perusahaan untuk mengajak atau membujuk agar melakukan *meeting* di Hotel Endah Parahyangan. Dan ada pula konsumen melakukan *tellemarketing* terlebih dahulu karena pesan iklan atau direkomendasi oleh kerabat-kerabatnya untuk menggunakan fasilitas Hotel Endah Parahyangan,

setelah itu akan dijelaskan oleh Humas Hotel Endah Parahyangan, promosi apa saja yang diberikan beserta fasilitas yang disediakan.

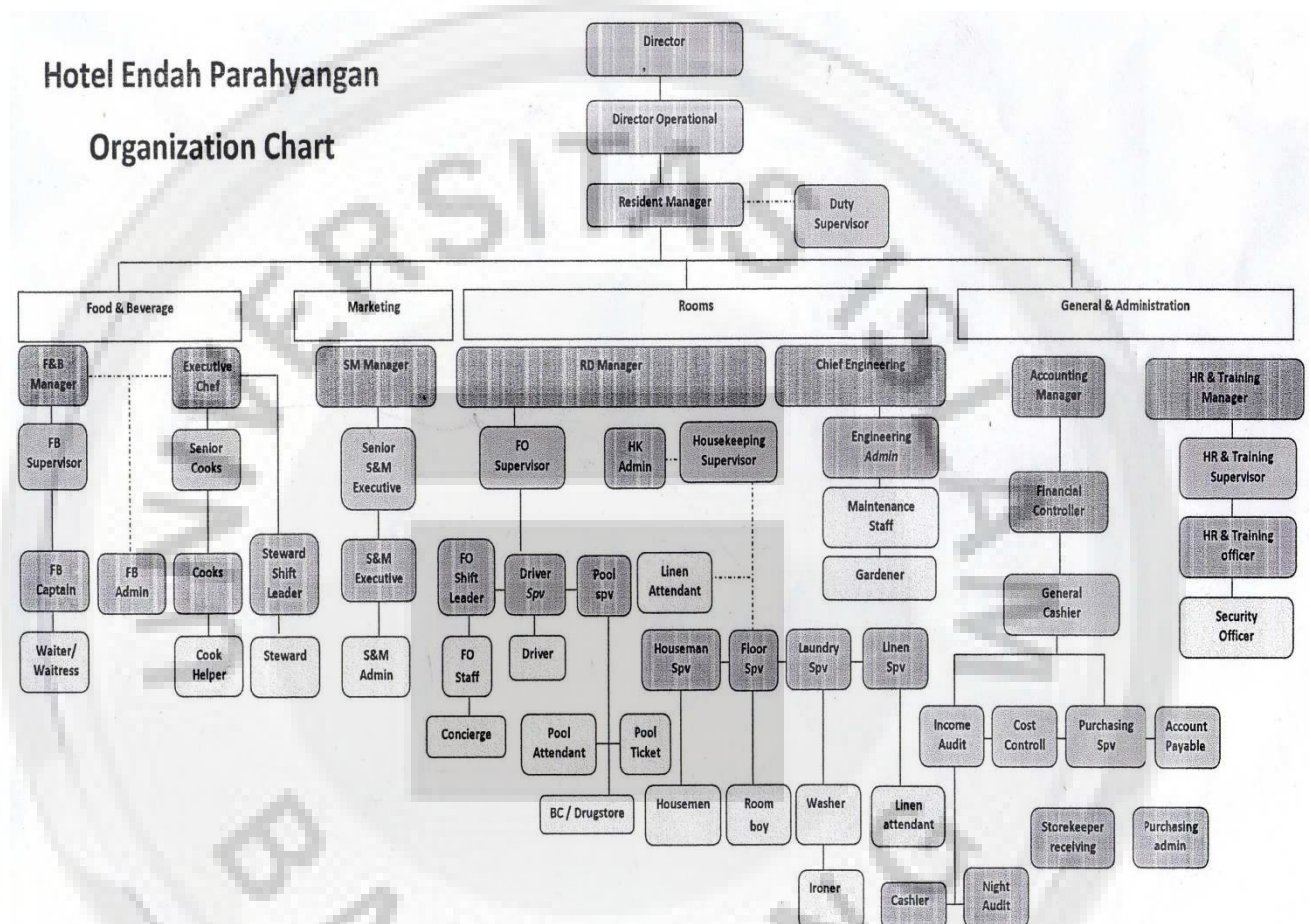
Hotel Endah Parahyangan memberikan undian-undian sesuai dengan tema yang diberikan hotel seperti tahun kemarin ketika tahun baru dengan memberikan voucher gratis dan seperti pada hari raya besar agama serta kontes-kontes seperti kontes fashion show pada saat hari ibu kartini, piala dunia dan lain sebagainya.

Promosi selanjutnya yaitu kepada konsumen *repeater* atau pelanggan yang sering menggunakan hotel baik itu menginap atau menggunakan fasilitas, minimal 15 kali menginap akan mendapatkan discount 20-30% atau lebih dari 20 kali menginap akan diberikan hadiah menginap gratis 1-2 hari sesuai antusias mereka. Dalam kegiatan-kegiatan hotel pun akan mendapatkan hadiah tertentu. Agar konsumen mengenang dan menambah point plus kepada Hotel Endah Parahyangan, disini hotel memberikan cenderamata yang berbeda-beda karena banyak sekali kegiatan yang ada di hotel ini seperti tamu *weeding*, tamu ulang tahun, tamu *meeting*, tamu *swimming* dan tamu kamar, dari mulai gantungan kunci, jaket, kaos, polo shirt, tas, topi, payung Hotel Endah Parahyangan dan rencana saat ini untuk membuat cenderamata berupa figura dari kaca dengan ukurian nama Hotel Endah Parahyangan.

Dibalik pemberian cenderamata pun Hotel Endah Parahyangan melakukan riset terhadap hotel-hotel lain yang setara dengan Hotel Endah Parahyangan, dengan meningkatkan kualitas dari para hotel-hotel yang lain agar selalu dapat dipakai dan diingat oleh konsumen. Memberikan cenderamata itu termasuk untuk

promosi dan yang paling penting adalah memberikan perhatian lebih kepada konsumen.

3.1.5 Struktur Organisasi Hotel Endah Parahyangan



Gambar 3.1

Struktur Organisasi Hotel Endah parahyangan

Sumber : Hotel Endah Parahyangan

3.2 Metodologi Penelitian

3.2.1 Metode penelitian

Jenis penelitian yang dipakai oleh peneliti adalah penelitian dengan jenis kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau

menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Yang tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis. Periset lebih mementingkan aspek keluasan data sehingga data atau hasil riset dianggap merupakan representasi dari seluruh populasi. (Kriyantono, 2010: 55)

Dalam membahas masalah ini penulis menggunakan metode korelasional. Metode korelasional adalah metode yang meneliti hubungan antara variabel-variabel. Metode korelasional bertujuan meneliti sejauh mana variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain (Rakhmat, 2012: 27).

Metode korelasional digunakan untuk :

- Mengukur hubungan di antara berbagai variabel
- Meramalkan variabel tak bebas dari pengetahuan kita tentang variabel bebas.
- Meratakan jalan untuk membuat rancangan penelitian eksperimental.

Metode ini digunakan penulis karena penulis ingin mengetahui apakah terdapat Hubungan Antara Kegiatan Promosi Humas Hotel Endah Parahyangan (X), Minat Konsumen (Y).

3.2.2 Populasi dan Sampel

Populasi

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi sasaran adalah konsumen Hotel Endah Parahyangan. Konsumen dari Hotel Endah Parahyangan ini (terhitung sejak bulan Januari hingga Maret) ada sebanyak 929 orang (data terlampir). Dari populasi tersebut selanjutnya akan dikerucutkan menjadi responden penelitian yang akan dijelaskan pada bagian sampel.

Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati (Kriyantono, 2010:153). Dalam penelitian ini menggunakan tehnik sampling Yamane. Tehnik ini digunakan untuk populasi yang besar yang didapat dari pendugaan proporsi populasi (Kriyantono 2010:164). Dari jumlah populasi sebanyak 929 orang, peneliti mengambil sample size sebanyak 10% sehingga didapatkan jumlah sampel sebanyak 90 orang (table sampling terlampir).

Penulis memiliki alasan dalam pengambilan sampling dari bulan Januari hingga Maret yaitu Humas Hotel Endah Parahyangan mulai gencar melakukan promosi fasilitas-fasilitas yang ada di hotel tersebut untuk meningkatkan minat konsumen di tahun 2014. Sementara untuk pemilihan tempat penelitian alasan penulis mengambil Hotel Endah Parahyangan dikarenakan hotel tersebut jarang dilirik wisatawan karena letak geografisnya yang jauh dari pusat kota sementara dari segi fasilitas baru yaitu kolam renang Hotel Endah Parahyangan mengusung konsep Bali dalam segi arsitekturnya sehingga khalayak disekitaran Hotel tertarik untuk mencoba fasilitas-fasilitas yang berada di hotel tersebut.

Kemudian teknik yang peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu teknik *random sampling* sederhana, dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel kemudian diberi nomer pada seluruh anggota populasi lalu mengundinya sampai mendapatkan sampel pada bulan Januari hingga Maret 2014.

3.2.3 Operasional Variabel

Peneliti menggunakan variabel–variabel yang ada dalam permasalahan tersebut sebagai berikut : “Variabel X adalah variabel bebas artinya adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau pendahulu dari variabel yang lain. Sedangkan variabel Y adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya” (Rakhmat, 2012: 12).

Untuk lebih menjelaskan tentang operasional Variabel ini mengutip dari Agung Permana Budi dalam buku Manajemen marketing perhotelan “Promosi merupakan bagian komunikasi dalam pemasaran yang menyediakan informasi dan pengetahuan dengan cara yang informatif dan persuasif bagi wisatawan.” (budi, 2013:32). Dari pengertian diatas diturunkan menjadi operasional variabel yaitu:

Variabel X : Kegiatan Promosi Humas

Variabel Y : Minat Konsumen

Yang kemudian dijabarkan dalam indikator–indikator sebagai berikut :

1. Variabel X : Kegiatan Promosi Humas Hotel Endah Parahyangan

Sub Variabel : Iklan (*Advertising*)

Alat ukur : - Hotel Endah Parahyangan memberikan pesan iklan melalui media-media perusahaan kepada konsumen.

- Hotel Endah Parahyangan memberikan informasi kepada konsumen dengan jelas.

- Hotel Endah Parahyangan melakukan komunikasi kepada konsumen melalui sponsor.

- Hotel Endah Parahyangan teridentifikasi atau tergambarkan secara jelas dalam iklan yang dipublikasikan.

Sub Variabel : Penjualan Personal (*Personal Selling*)

Alat Ukur : - Hotel Endah Parahyangan melakukan pembicaraan secara langsung melalui telephone dengan calon konsumen.

- Hotel Endah Parahyangan melakukan pembicaraan secara langsung melalui tatap muka dengan calon konsumen.

Sub Variabel : Promosi Penjualan (*sales Promotion*)

Alat Ukur : - Hotel Endah Parahyangan melakukan bujukan singkat kepada konsumen dalam menjelaskan tentang hotel

- Hotel Endah Parahyangan memberikan potongan harga kepada konsumen.

- Hotel Endah Parahyangan mengadakan kontes atau undian kepada para calon konsumen.

- Hotel Endah Parahyangan memberikan

premi atau hadiah kepada para konsumen.

Sub Variabel : Cenderamata (*Merchandising*)

Alat Ukur - Hotel Endah Parahyangan menyediakan material-material (cenderamata) yang digunakan dalam hotel untuk merangsang penjualan.

- Cenderamata yang diberikan oleh Hotel Endah Parahyangan sesuai dengan keinginan konsumen.

Sub Variabel : Hubungan Masyarakat (*Public Relations*)

Alat Ukur - Hotel Endah Parahyangan menjaga dan meningkatkan hubungan dengan organisasi-organisasi atau individu-individu.

- Hotel Endah Parahyangan melakukan Promosi secara langsung kepada konsumen baik dari organisasi maupun dari individu.

- Hotel Endah Parahyangan memberikan Informasi-informasi tentang pelayanan yang ada didalam Hoter Endah Parahyangan.

2. Variabel Y : Minat Konsumen
- Sub Variabel : Minat
- Alat Ukur : - Kemauan Untuk Mencari Informasi
- Kesiapan untuk membayar barang atau jasa.
 - Menceritakan hal yang positif.
 - Kecenderungan untuk merekomendasikan

3.2.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam melaksanakan penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Observasi

Pengamatan yang dilakukan untuk memperoleh data yang nyata dan jelas mengenai kegiatan yang akan diteliti. Jenis observasi yang dilakukan penulis adalah observasi tidak langsung, dimana peneliti hanya sewaktu-waktu saja meninjau lokasi penelitian.

2. Angket

Sebelum melakukan penelitian, peneliti melakukan pra-survey terlebih dahulu untuk mengetahui dan merencanakan bahasan penelitian yang sekiranya dapat membantu dalam penulisan tahap awal. Setelah itu peneliti baru melakukan pengumpulan data dengan penyebaran pertanyaan tertulis yang berkaitan dengan masalah penelitian. Dalam pengisian angket ini peneliti terjun langsung membantu responden mengisi angketnya.

3. Wawancara

Peneliti melakukan tanya jawab secara langsung atau tatap muka dengan orang-orang yang memiliki keterlibatan langsung dalam penulisan skripsi ini. Tanya jawab dilakukan dengan responden, serta Humas hotel dengan tujuan memperoleh informasi yang benar dan jelas.

4. Kepustakaan

Adapun salah satu teknik yang dilakukan oleh peneliti dengan menelaah teori-teori, pendapat serta pokok-pokok pikiran yang terdapat dalam berbagai media cetak dan buku-buku yang relevan dengan pembahasan masalah yang diteliti. Dengan teknik kepustakaan ini diharapkan peneliti mendapat dukungan teori dalam pembahasan masalah yaitu dengan mengutip pendapat para ahli yang diharapkan akan dapat memperjelas dan memperkuat pembahasan atas masalah yang akan diuraikan dan dijelaskan.

3.2.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data digunakan untuk mengidentifikasi apakah ada faktor-faktor yang menentukan keberhasilan promosi, instrumen yang digunakan adalah kuisisioner/angket. Analisis data dilakukan dengan cara:

1. Diklarifikasikan sesuai dengan jenis data

Jenis data yang akan dikumpulkan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif hasil dari penyebaran angket terhadap para responden yakni konsumen dari Hotel Endah Parahyangan.

2. Diklarifikasikan sesuai sumber data

Dalam penelitian ini digunakan sumber data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

- Data primer adalah sumber data yang didapatkan melalui hasil angket atau kuisisioner, data primer ini merupakan data utama yang menjadi instrumen paling penting dalam penelitian.
- Data sekunder adalah sumber data yang menjadi penunjang atau referensi bagi penelitian, yang menjadi data sekunder disini adalah hasil wawancara kepada pihak Hotel Endah Parahyangan dan para konsumen Hotel Endah Parahyangan.

3. Teknik analisis statistik

Analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis statistik dengan memanfaatkan *software* SPSS.

3.2.6 Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut, terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap data awal yang dikumpulkan. Suatu skala pengukuran dikatakan valid apabila skala tersebut digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur.

3.2.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah pertanyaan pada suatu angket mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Menurut Santoso (2001) dasar pengambilan keputusan untuk mengatakan sebuah

angket (*instrument*) dikatakan *valid* adalah jika *significant test* butir pertanyaan lebih kecil dari nilai *significant* yang telah ditetapkan (0,05) (Utama & Mahadewi, 2012:140).

Pengujian validitas dalam penelitian ini adalah validitas konstruk dimana validitas ini mencakup hubungan antara instrumen penelitian dengan kerangka teori untuk meyakinkan bahwa pengukuran secara logis berkaitan dengan konsep-konsep dalam kerangka teori (Kriyantono, 2010:150).

3.2.6.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah suatu cara untuk melihat apakah alat ukur, dalam hal ini adalah daftar pertanyaan, konsisten atau tidak. Menurut Santoso (2010) dasar pengambilan keputusan apakah angket (*instrument*) handal jika hasil pengujian terhadap reliabilitas dengan menggunakan teknik uji *product moment* serta teknik *alpha cronbach* dinyatakan *reliable* pada tingkat signifikan (0,6) dan pada uji reliabilitas yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa semua pertanyaan dinyatakan *reliable* karena koefesien reliabilitasnya lebih besar dari 0,6 dan dapat dikatakan angket (*instrument*) yang digunakan dianggap andal (Utama & Mahadewi, 2012:141).