

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN RESERVASI HOTEL SECARA ONLINE

Hendra Handes Sariyanto
Lelly Christin

Handes_son@yahoo.com

Lellychristin@yahoo.com

Penulis

Hendra Handes Sariyanto adalah alumni UBM dengan bidang peminatan Manajemen Pemasaran.

Lelly Christin adalah dosen di Universitas Bunda Mulia dengan bidang peminatan pada rumpun kuantitatif, pemasaran, strategik.

Abstract

Hotels improved their services such as online reservation. Therefore, these study objectives are to identify the factors that encourage consumers decision to make an online reservation, and which is the most dominant factor in influencing the consumer's decision to make reservations online. This study used 300 respondents. From the results of interviews with 150 respondents, found five factors that encourage consumers make an online reservation. And the results of questionnaires to 150 respondents known that the dominant factor is the factor of Easy and Practice, which is efficient in time.

Key Words

Reservation, Online, Hotel

PENDAHULUAN

Semakin banyak hotel yang meningkatkan pelayanan mereka dengan memberikan beberapa tawaran pelayanan yang menarik dan inovatif. Salah satu pelayanan yang sedang banyak dikembangkan oleh hotel adalah cara reservasi.

Reservasi adalah suatu sistem pemesanan yang sudah dipersiapkan terlebih dahulu oleh pihak perusahaan jasa pada umumnya. Tujuan dari reservasi ini adalah untuk memberikan kemudahan kepada konsumen dalam menggunakan jasa sesuai dengan waktu dan permintaan.

Menurut Drs.Sutanto (2010), Reservasi adalah suatu pemesanan kamar yang dilakukan pada waktu sebelumnya yang diperoleh dari berbagai sumber dan menggunakan beberapa cara pemesanan untuk memastikan bahwa tamu akan memperoleh kamar pada waktu *check in*.

Menurut Drs.Sutanto (2010), terdapat tiga jenis reservasi

1. *Advance Reservation*, pemesanan kamar yang dilakukan pada hari yang sama dengan hari kedatangan tamu.
2. *Guarantee Reservation*, Pemesanan kamar yang disertai dengan jaminan tentang pembayaran.
3. *Non Guarantee Reservation*, Pemesanan kamar yang tidak disertai dengan jaminan apapun, pemesanan ini akan ditunggu sampai dengan jam 6 sore, bila tamu tidak datang, maka kamar akan dijual kepada tamu lain.

Pada umumnya terdapat 6 (enam) media yang dapat digunakan untuk melakukan reservasi hotel, yang dimana terdiri dari media telepon, *letter* (surat), telex, faksimili, komputer (*online*) dan personal (langsung) (Drs. Sutanto, 2010).

Reservasi secara *online* saat ini sedang banyak diterapkan oleh hotel, hal ini dilakukan dengan melihat semakin meningkatnya pengguna internet di dunia dari tahun ke tahun.

Reservasi pada saat ini sudah sangat mudah dengan adanya sistem reservasi *online*, reservasi *online* merupakan tahapan awal dari pengembangan pasar retail, dan merupakan porsi penting dalam suatu bisnis, hal ini juga terdapat di dalam jurnal dengan judul "**HOTEL RESERVATIONS MADE EASY WITH ONLINE HOSTED SERVICE**"

(<http://search.proquest.com/docview/229102985/1357F719E285119ACC4/1?accountid=5129>

7)

Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah:

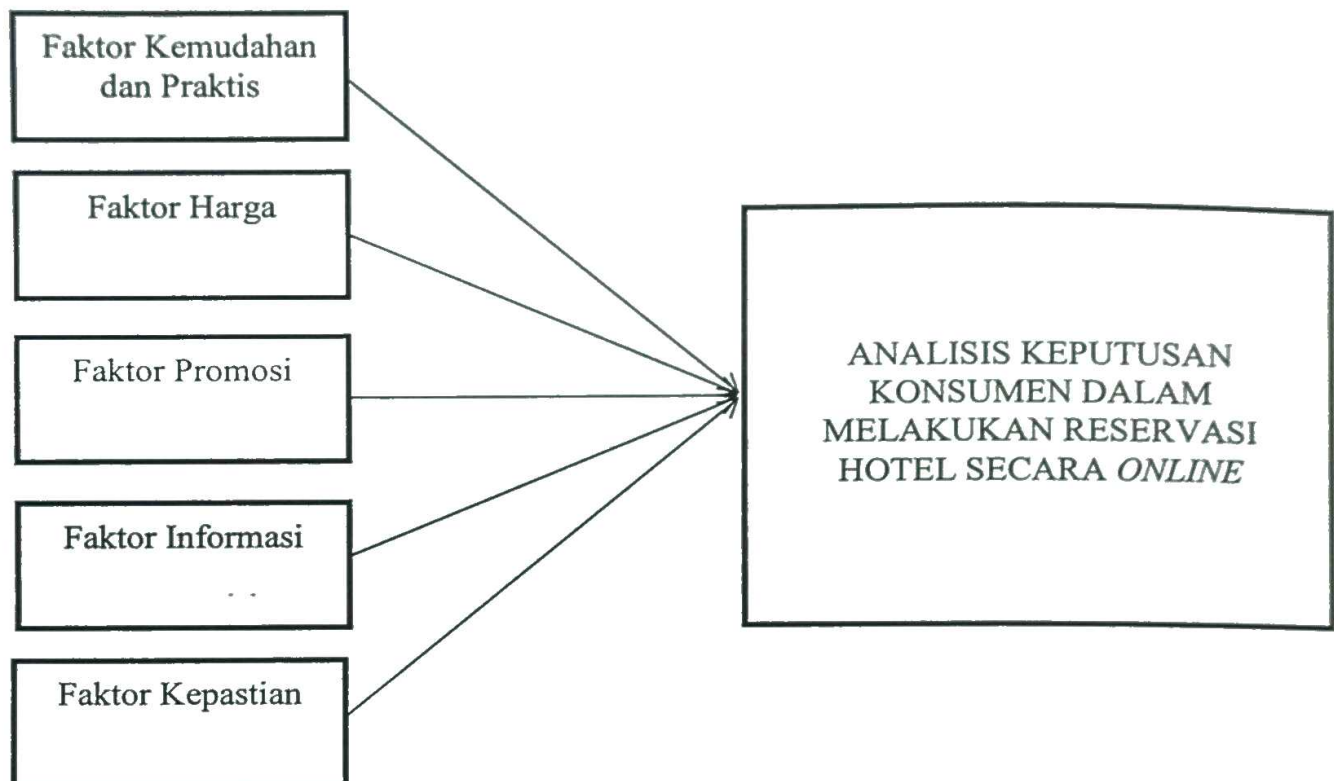
1. Untuk mengetahui faktor-faktor apa saja yang mendorong konsumen memutuskan untuk melakukan reservasi secara *online*.
2. Untuk mengetahui faktor manakah yang paling dominan dalam mempengaruhi keputusan konsumen untuk melakukan reservasi *online*.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, menggunakan dua teknik pengumpulan data, yaitu wawancara dan kuisioner. Wawancara, menurut Istijanto (2009) wawancara merupakan metode yang digunakan untuk memperoleh informasi secara langsung, mendalam, tidak terstruktur, dan individual. Dalam wawancara, seorang responden ditanyai oleh pewawancara untuk mengungkapkan perasaan, motivasi, sikap, atau keyakinan terhadap suatu topik pemasaran. Kuisioner (angket) Drs. Cholid dan Drs. Achmadi (2010) metode kuisioner adalah suatu daftar yang berisikan rangkaian pertanyaan mengenai sesuatu masalah atau bidang yang akan diteliti. Untuk memperoleh data, angket disebarikan kepada responden (orang-orang yang menjawab jadi yang diselidiki) dalam penelitian ini maka peneliti mendatangi sendiri subjek penelitian dan menyampaikan kepada mereka daftar pertanyaan (kuisioner) terhadap konsumen yang telah melakukan reservasi hotel secara *online*.

Wawancara dilakukan terhadap 150 responden untuk mendapatkan faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen melakukan reservasi secara *online*. Kuisioner disusun dengan berdasarkan pada hasil wawancara setelah menemukan faktor-faktor konsumen melakukan reservasi secara *online*. Kuisioner dibagikan kepada 150 responden dengan melakukan uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Menurut Sugiyono (2007), validitas adalah tingkat keandalan alat ukur yang digunakan. Instrumen dikatakan valid berarti menunjukan alat ukur yang dipergunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Nisfiannoor (2009, p212-215), reliabilitas dapat diketahui dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan. Reliabilitas membicarakan sejauh mana hasil pengukuran yang dilakukan tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran kembali pada orang yang sama di waktu berbeda atau pada orang berbeda di waktu yang sama.

Adapun faktor-faktor konsumen melakukan reservasi secara *online* dapat dilihat di kerangka pemikiran penelitian Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Pemikiran Penelitian

HASIL PENELITIAN

Faktor – Faktor yang mendorong Konsumen dalam melakukan reservasi hotel secara *online*

Dalam mengumpulkan faktor-faktor yang mendorong konsumen dalam melakukan reservasi hotel secara *online* dilakukan dengan menggunakan wawancara terhadap responden yang pernah melakukan reservasi hotel secara *online*.

Tabel 1. Faktor faktor yang mendorong konsumen dalam melakukan reservasi hotel secara online

JAWABAN	JUMLAH RESPONDEN
Mudah / Instan / Gampang	89
Dapat Perbandingan Harga Dan Fasilitas	32
Adanya Promosi dan Diskon	92
Harga yang lebih murah	62
Simpel (fleksibel)	42
Praktis	31
Mudah dalam transaksi (Kartu Kredit)	28
Mudah dalam meluangkan waktu / Hemat waktu	62
Mudah dalam memilih jenis kamar	22
Lebih Cepat	12
Mudah dalam pemesanan	6
Informasi yang jelas	56
Lebih Hemat Tenaga / Tidak Repot	21
Dapat dilakukan dimana saja	90
Booking kamar lebih pasti	6
Check in Mudah	2
Agar ada penginapan di tempat tujuan	1
Banyaknya pilihan hotel yang dapat dijadikan sebagai perbandingan	11
Total	665

Tabel 2. Faktor Kemudahan dan Praktis Dari Hasil Tanggapan Konsumen (A)

Mudah / Instan / Gampang	89
Simpel (fleksibel)	42
Praktis	31
Mudah dalam Transaksi (Kartu Kredit)	28
Mudah dalam meluangkan waktu / Hemat waktu	62
Mudah dalam memilih jensi kamar	22
Lebih Cepat	12
Mudah dalam pemesanan	6
Lebih hemat tenaga / tidak repot	21
Dapat dilakukan dimana saja	90
<i>Check in mudah</i>	2
Total	405

Tabel 3. Faktor Harga Dari Hasil Tanggapan Konsumen (B)

Dapat perbandingan harga dan fasilitas	32
Harga yang lebih murah	62
Total	94

Tabel 4. Faktor Promosi Dari Hasil Tanggapan Konsumen (C)

Adanya Promosi dan diskon	92
Total	92

Tabel 5. Faktor Informasi Dari Hasil Tanggapan Konsumen (D)

Informasi yang jelas	56
Banyaknya pilihan hotel yang dapat dijadikan sebagai perbandingan	11
Total	67

Tabel 6. Faktor Kepastian Dari Hasil Tanggapan Konsumen (E)

<i>Booking</i> kamar lebih pasti	6
Agar ada penginapan di tempat tujuan	1
Total	7

Faktor yang Paling Dominan Dalam Mempengaruhi Keputusan Konsumen Untuk Melakukan Reservasi Hotel Secara Online

Tabel 7. Faktor-Faktor Keputusan Konsumen Dalam Melakukan Reservasi Hotel Secara Online

SKALA LIKERT					DAFTAR PERNYATAAN											
	A1	A2	A3	A4	B1	B2	C1	C2	C3	D1	D2	D3	D4	E1	E2	
5	68	89	78	58	24	52	40	47	30	9	19	49	29	39	56	
4	76	61	47	52	69	55	93	55	71	55	85	55	61	54	44	
3	6	0	20	35	31	39	12	38	35	51	35	36	50	44	36	
2	0	0	5	5	26	0	5	10	14	35	11	10	10	5	14	
1	0	0	0	0	0	4	0	0	0	0	0	0	0	8	0	

Dari hasil kuisioner tersebut, ternyata pernyataan masyarakat jakarta yang paling banyak sangat setuju adalah untuk faktor kemudahan dan praktis yang dimana dengan pernyataan Reservasi hotel secara *online* efisien dalam waktu, yaitu dengan angka sebanyak 89 responden.

KESIMPULAN

Dari hasil penelitian melalui 150 responden wawancara, terdapat Faktor-faktor konsumen dalam melakukan reservasi hotel secara *online*, yang dimana terdiri dari 5 faktor, yaitu :

1. Faktor Kemudahan dan Praktis
2. Faktor Harga
3. Faktor Promosi
4. Faktor Informasi
5. Faktor Kepastian

Dan yang menjadi faktor paling dominan terdapat di faktor Kemudahan dan Praktis, yaitu dengan jawaban di dimensi efisien dalam waktu dari hasil penelitian 150 responden melalui kuisioner dengan angka 89 responden.

DAFTAR PUSTAKA

Istijanto. (2009), Riset Pemasaran, Gramedia, Jakarta.

Nisfiannoor, M. (2009), Pendekatan Statistika Modern untuk Ilmu Sosial, Penerbit Salemba Humanika, Jakarta.

Sugiyono (2007), Metode Penelitian Bisnis, cetakan Kesepuluh, Alfabeta, Bandung.

Sutanto. (2010), Menerima dan Memproses Reservasi, penerbit Alfabeta, Bandung.

Sumber Elektronik

Rosen, Cheryl. *InformationWeek* 794 (Jul 10, 2000): 36.

“HOTEL RESERVATIONS MADE EASY WITH ONLINE HOSTED SERVICE”

(<http://search.proquest.com/docview/229102985/1357F719E285119ACC4/1?accountid=51297>)

MARKETING “PERUSAHAAN – PERUSAHAAN BERANI TAMPIL BEDA!”
(No.2/XI/DESEMBER 2011)