

**ANALISIS POSISI HOTEL SINGARAJA INDAH
DIBANDINGKAN DENGAN PESAINGNYA DALAM
KATEGORI HOTEL MELATI DISURABAYA**

fk

A 249 /02

AGU
a

SKRIPSI

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN AKUNTANSI**



**MILIK
PERPUSTAKAAN
UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA**

Diajukan Oleh :

FARDILAH AGUSTIN

No. Pokok : 049510804-E

**KEPADA
PROGRAM STUDI EKSTENSI**

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
SURABAYA
2001**

SKRIPSI

**ANALISIS POSISI HOTEL SINGARAJA INDAH
DIBANDINGKAN DENGAN PESAINGNYA DALAM
KATEGORI HOTEL MELATI DI SURABAYA**

DIAJUKAN OLEH :

FARDILAH AGUSTIN

No. Pokok : 09510804-E

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH

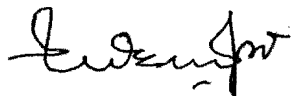
DOSEN PEMBIMBING,



Drs. LILIK RUDIANTO, MBA

TANGGAL :

KETUA PROGRAM STUDI



Dra. Ec. Hj. SOEDEWI SOEDOROWERDI, MS.

TANGGAL :

ABSTRAKSI

Adanya persaingan yang sangat meningkat dalam bisnis perhotelan, sangat perlu mendapat perhatian dari pihak manajemen hotel. Dalam situasi persaingan yang semakin ketat saat ini, sangat diperlukan pemahaman terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga perusahaan harus menciptakan suatu posisi dalam benak prospeknya. Perusahaan seharusnya menciptakan produk dengan atribut-atribut penting sesuai dengan keinginan dan harapan konsumen, yang kemudian dikomunikasikan kepada konsumen untuk membentuk persepsi atau untuk mendapat tanggapan dari konsumen.

Maka pada penelitian ini difokuskan untuk menganalisis posisi terhadap obyek penelitian yaitu Hotel Singaraja Indah, Jalan Peneleh No:60-62 Surabaya. Model analisis yang digunakan dalam penelitian skripsi ini adalah model yang diambil dari bukunya Walker, Boyd&Larreche (1992:208) yaitu ; “ *Steps in the Positioning Proses* “. Teknik analisis yang digunakan adalah *factor analysis* yang disarankan oleh Walker, Boyd&Larreche (1992 : 227) dan dilanjutkan dengan *analysis biplot* yang akan menghasilkan *perceptual mapping* untuk mengetahui posisi masing-masing hotel terhadap atribut – atribut dalam penelitian yang diteliti.

Dari hasil analisis, dihasilkan gambar *perceptual mapping* dengan dua dimensi yang memperlihatkan posisi masing-masing hotel terhadap tampilan atribut –atribut hotel.

Hasil penelitian menyatakan Hotel Singaraja belum unggul dibandingkan dengan pesaingnya ini terbukti (dilihat dari gambar *perceptual mapping*), dan ternyata posisi Hotel Singaraja Indah bersaing dengan hotel Bali dan untuk meningkatkannya hotel Singaraja Indah harus mampu bersaing dengan hotel Pasar Besar dan hotel Semut.