

ABSTRAK

Semakin berkembangnya dunia pariwisata mendorong pula terhadap perkembangan sarana pendukungnya. Salah satu diantaranya adalah industri perhotelan. Saat ini, terutama di kota Yogyakarta semakin banyak didirikan hotel, penginapan, maupun tempat peristirahatan guna memenuhi kebutuhan tempat istirahat bagi konsumen. Hal ini didukung pula keberadaan kota Yogyakarta sebagai barometer pariwisata kedua di Indonesia setelah Bali.

Perkembangan dunia pariwisata di kota gudeg ini mendorong setiap manajer hotel untuk menentukan strategi pemasaran perhotelan mengingat persaingan perhotelan di kota ini cukup ketat. Sehingga banyak pilihan bagi konsumen untuk memilih hotel di Yogyakarta. Untuk lebih mengetahui sikap konsumen dalam memilih hotel di Yogyakarta, termasuk di Hotel Puri Artha, penulis mencoba untuk melakukan penelitian dengan menggunakan pendekatan ilmu pemasaran dan perilaku konsumen. Sedangkan untuk membuktikan hipotesis penulis menggunakan alat analisis indeks sikap, uji Kai Kuadrat dan Koefisien Kontingensi.

Berdasarkan hasil pengujian dapat diketahui bahwa pelayanan yang memuaskan konsumen merupakan atribut yang cukup dominan terhadap sikap konsumen dalam memilih hotel Puri Artha Yogyakarta. Selain itu ada perbedaan sikap konsumen terhadap fasilitas kolam renang dan harga kamar hotel yang lebih murah dibanding hotel lain berdasarkan karakteristik jenis pekerjaan. Selain itu ada pula perbedaan sikap konsumen berdasarkan tingkat pendapatan terhadap fasilitas kolam renang dan prosedur check out yang cepat.