

**ANALISIS MINAT KONSUMEN MENGINAP PADA WISMA 81
PEKANBARU DI TINJAU DARI PROCESS, PEOPLE DAN PHYSICAL
EVIDENCE**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mengikuti Ujian Oral Comprehensive
Strata 1 Pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan
Syarif Kasim Riau

OLEH

BUDI HARIZAL
11071104045



PROGRAM S.1

JURUSAN MANAJEN

FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2014

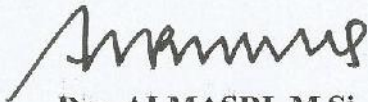
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : BUDI HARIZAL
NIM : 11071104045
FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
JURUSAN : MANAJEMEN
JUDUL : ANALISIS MINAT KONSUMEN MENGINAP PADA
WISMA 81 PEKANBARU DI TINJAU DARI PROCESS,
PEOPLE DAN PHYSICAL EVIDENCE

PANITIA PENGUJI

KETUA

SEKRETARIS



Drs. ALMASRI, M.Si
NIP.19670801 200501 1 007

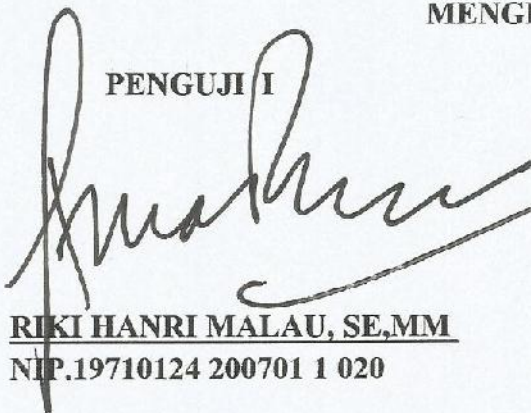


MUHAMMAD APRIL, SH, M.Hum
NIK.130712072

MENGETAHUI

PENGUJI I

PENGUJI II



RIKI HANRI MALAU, SE, MM
NIP.19710124 200701 1 020



FERIZAL RACHMAD, SE, MM
NIK.130707010

ABSTRAK

ANALISIS MINAT KONSUMEN MENGINAP PADA WISMA 81 PEKANBARU DI TINJAU DARI PROCESS, PEOPLE DAN PHYSICAL EVIDENCE

BUDI HARIZAL

Penelitian ini dilakukan pada Wisma 81 Pekanbaru. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Process, People dan Physical Evidence terhadap Minat Konsumen menginap pada Wisma 81 Pekanbaru.

Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linier berganda dengan alat uji SPSS versi 17 for Windows. Dalam mengolah data kuantitatif, penulis menggunakan teknik analisis regresi $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$. Variabel data penelitian Y adalah Minat Konsumen dan X adalah Process, People dan Physical Evidence.

Dari hasil penelitian, diperoleh nilai untuk variable Process t -hitung $2,461 > t$ -tabel $1,985$ yang berarti bahwa Process berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen pada Wisma 81 Pekanbaru. Untuk variabel People diperoleh t -hitung $4,617 > t$ -tabel $1,985$ yang berarti bahwa variabel People berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen pada Wisma 81 Pekanbaru. Untuk variable Physical Evidence diperoleh t -hitung $0,214 < t$ -tabel $1,985$ yang berarti bahwa Physical Evidence tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen pada Wisma 81 Pekanbaru. Hal ini menunjukkan bahwa variable Process Dan People berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen pada Wisma 81 Pekanbaru, sementara Physical Evidence tidak berpengaruh signifikan terhadap Minat Konsumen pada Wisma 81 Pekanbaru. Dari hasil penelitian yang dilakukan secara simultan diperoleh nilai F -hitung $21,318 > F$ -tabel $2,699$ yang menunjukkan bahwa variable Process, People dan Physical Evidence berpengaruh secara bersama-sama terhadap Minat Konsumen pada Wisma 81 Pekanbaru.

Kata kunci : Process, People, Physical Evidence, Minat Konsumen.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah Robbil'amin, tiada kata yang paling indah selain puja dan puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beserta salam tidak lupa kita limpahkan kepada junjungan alam Nabiullah Muhammad SAW, dengan mengucap *Allahumma Shalli'ala Muhammad Wa'alaalihi Syaidina Muhammad*, yang telah berjuang membawa umat manusia dari zaman unta menuju zaman kereta, sehingga manusia dapat membedakan antara hak dan yang bathil. Semoga kita termasuk dalam generasi akhir zaman yang mendapatkan syafa'atnya diakhir kelak nanti.

Skripsi yang berjudul **“ANALISIS MINAT KONSUMEN MENGINAP PADA WISMA 81 PEKANBARU DI TINJAU DARI PROCESS, PEOPLE DAN PHYSICAL EVIDENCE ”** disusun guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan program sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru, Riau.

Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati, penulis juga ingin menyampaikan ribuan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan sumbangan pikiran, waktu dan tenaga serta bantuan moril dan materil khususnya kepada :

1. Ayahanda Ujang Suma dan ibunda Dahlia yang tercinta, yang telah membesarkan, membimbing dengan penuh pengorbanan, sesungguhnya mulia pengorbananmu, dengan kesabaran, ketabahan, kasih sayang, doa serta dukungan untuk keberhasilan ananda.
2. Buat Kakak, Abang Dan Adik-adik saya, yang selalu memberikan doa, semangat serta selalu memberikan bantuan moril yang tak terhingga bagiku hingga sampai selesainya skripsi ini, semoga yang kuasa selalu memberikan kesehatan, umur yang panjang serta selalu dimurahkan rezkinya.
3. Bapak Prof. Dr. H. M. Nazir, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menimba ilmu pengetahuan di Universitas tercinta ini.
4. Bapak DR. Mahendra Romus, SP, M.Ec, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Bapak Pembantu Dekan I, II, dan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Fakhurrozi, SE, MM, selaku pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
7. Bapak Mulia Sosiady, SE, MM, Ak selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

8. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen selaku staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah memberikan bimbingan dan mengajarkan ilmu pengetahuan selama perkuliahan.
9. Seluruh Staf Tata Usaha Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah membantu banyak bagi penulis dalam proses administrasi selama perkuliahan.
10. Pimpinan Wisma 81 Pekanbaru beserta karyawan dan karyawan yang telah memberikan izin dan membantu penulis selama dalam melakukan penelitian.
11. Buat sahabat-sahabat saya Ayatulloh Kumaini, Ridho Wahyu Ginting SE, Joni Iskandar, Yudi Sriyanto SE, Memen Haryadi, Yudianto, terima kasih atas do'a dan dukungannya yang telah kalian berikan. Serta seluruh teman-teman seperjuangan Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi khususnya Manajemen Pemasaran Lokal G 2010.
12. Buat teman-teman KKN, buat Rita Mursi, Nova Fitri, Rukiyah, Halimah, Irawan, Mutongat, M Sadri Kurniawan, Ridho Fauzi, Fuji Hermawan, Slamet Rifai, Tia Lastia, Amelia Anggraini, Yenni, Yusni Darti, Windi Dwi Lestari, Sola Derita, Fitriati dan buat kawan-kawan kost Juanda Muhammad Hidayat dan Pandi, serta masih banyak lagi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah banyak memberikan semangat dan motivasi, serta kebersamaan dan keceriaan yang kalian berikan.

13. Serta semua pihak yang membantu dan memberikan sumbangan baik moril ataupun materil dalam penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritikan yang bersifat membangun sangat diharapkan guna kesempurnaan skripsi ini

Pekanbaru, 06 Mei 2014

Penulis,

Budi Harizal
11071104045

DAFTAR ISI

	Hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	x
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pengertian Pemasaran	9
B. Konsep Pemasaran	10
C. Konsep Penjualan.....	11
D. Minat Konsumen	11
E. Pengertian Jasa dan Pemasaran Jasa	18
1. Kualitas Jasa	20
2. Orang-Orang dalam Jasa	23
F. Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix</i>)	24
G. Proses	30
H. People	32
I. Physical Evidence	33
J. Pandangan Islam Tentang Pemasaran dan Minat Konsumen	35
1. Ayat-Ayat Tentang Minat Konsumen dan Ekonomi	37
K. Penelitian Terdahulu	38
L. Hipotesis	39
M. Variabel Penelitian	40
N. Operasional Variabel	40
O. Kerangka Pemikiran	41

BAB III METODE PENELITIAN

A. Tempat dan Waktu Penelitian.....	42
B. Jenis dan Sumber Data.....	42
C. Teknik Pengumpulan Data.....	43
D. Populasi dan Sampel.....	43
E. Uji Kualitas Data.....	44
F. Analisis Data.....	49
G. Uji Hipotesis.....	51

BAB IV GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan	54
B. Aktivitas Perusahaan.....	55
C. Struktur Organisasi	55

BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden.....	62
1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	62
2. Responden Berdasarkan Umur	63
3. Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	63
B. Deskripsi Variabel	64
1. Process (X_1).....	64
2. People (X_2).....	65
3. Physical evidence (X_3)	67
4. Minat konsumen (Y)	68
C. Uji Kualitas Data.....	70
1. Uji Validitas	70
a. Process (X_1).....	70
b. People (X_2)	71
c. Physical evidence (X_3)	71
d. Minat konsumen (Y)	72
2. Uji Reliability	72
3. Uji Normalitas Data.....	74
4. Uji Asumsi Klasik	75
1. Multikolinieritas	75
2. Uji Heteroskedastisitas	75
3. Autokorelasi	77

D. Analisis Regresi Linier Berganda	78
E. Uji Hipotesis	80
1. Uji Secara Simultan (Uji F)	80
2. Uji signifikan secara parsial (Uji T).....	81
3. Koefisien Determinan	83
F. Pembahasan	84
BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN	
A. Kesimpulan	86
B. Saran	87

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN