

**PENGARUH SEGMENTASI PASAR DAN PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN KAMAR DI AVENZEL HOTEL &
CONVENTION CIBUBUR
PROPOSAL TUGAS AKHIR**

**ACHMAD ZIDAN RAHEMATUS SALAM
213404416076**



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA
2025**

**PENGARUH SEGMENTASI PASAR DAN PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN KAMAR DI AVENZEL HOTEL &
CONVENTION**

***THE INFLUENCE OF MARKET SEGMENTATION AND CONSUMER
BEHAVIOR ON ROOM PURCHASES AT AVENZEL HOTEL &
CONVENTION***

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Pariwisata di
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional

ACHMAD ZIDAN RAHEMATUS SALAM

213404416076



**PROGRAM STUDI PARIWISATA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA**

2025

LEMBAR PERNYATAAN

Penulis menyatakan dengan sebenar – benarnya bahwa segala pernyataan dalam tugas akhir yang berjudul:

**PENGARUH SEGMENTASI PASAR DAN PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN KAMAR DI AVENZEL HOTEL &
CONVENTION CIBUBUR**

Merupakan gagasan hasil pemikiran dan/atau penelitian penulis sendiri, kecuali pada bagian yang secara jelas mencantumkan sumber kutipan. Karya ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik dalam program sejenis di perguruan tinggi manapun. Segala bentuk kesalahan atau kekeliruan yang mungkin terdapat di dalamnya menjadi tanggung jawab penuh penulis.

Jakarta, 06 Juni 2025



Achmad Zidan Rahematus Salam

NPM : 213404416076

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH SEGMENTASI PASAR
: DAN PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN KAMAR
DI AVENZEL HOTEL &
CONVENTION**

Nama Mahasiswa : **Achmad Zidan Rahematus Salam**
Nomor Pokok : **213404416076**
Jurusan : **Pariwisata**

**Menyetujui,
Pembimbing Tugas Akhir**


Gagah Pradini S. Par., MM.

**Mengetahui,
Ketua Program Studi
Pariwisata**


Dr. Ramang H Demolingo, S. S., M. Par

Jakarta, 06 Juni 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : **PENGARUH SEGMENTASI PASAR
: DAN PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN KAMAR
DI AVENZEL HOTEL &
CONVENTION**

Nama Mahasiswa : **Achmad Zidan Rahematus Salam**

Nomor Pokok : **213404416076**

Jurusan : **Pariwisata**

Diterima dan Disahkan Oleh Panitia Ujian Tugas Akhir Fakultas Ekonomi dan

Bisnis Universitas Nasional

Menyetujui, Pembimbing Tugas Akhir


Gagih Pradini, S.Par., MM.

Ketua Penguji,

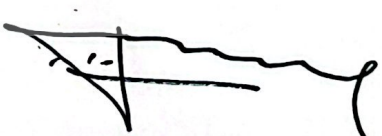
Anggota Penguji,


Dr. Rizki Nurul Nugraha, SST.Par., MM.Par


Dr. Ramang Husin Demolingo, S.S., M.Par.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional


Prof. DR. Edi Sugiono, S.T.,S.E.,M.M.

Jakarta, 06 Juni 2025

ABSTRAK
PENGARUH SEGMENTASI PASAR DAN PERILAKU KONSUMEN
TERHADAP PEMBELIAN KAMAR DI AVENZEL HOTEL &
CONVENTION

Oleh : Achmad Zidan Rachematus Salam

NPM : 213404416076

Tugas Akhir, dibawah bimbingan Bapak Gagih Pradini

S.Par., MM

Kajian tersebut bermaksud menelaah dampak pemetaan niaga serta sikap pelanggan atas pilihan transaksi kamar di Avenzel Hotel & Convention Cibubur. Segmentasi pasar dipahami sebagai proses pengelompokan konsumen berdasarkan karakteristik tertentu, sehingga memudahkan perusahaan merancang strategi pemasaran yang tepat sasaran. Sementara itu, tingkah pembeli mencerminkan cara pikir, sikap, serta aksi pelanggan untuk mengambil keputusan transaksi, yang dipengaruhi dengan faktor psikologis, sosial, dan budaya. Dalam konteks industri perhotelan, pemahaman yang tajam mengenai kedua aspek tersebut sangat penting karena tingkat persaingan yang semakin ketat menuntut hotel untuk lebih adaptif terhadap dinamika pasar. Penelitian ini menekankan bahwa strategi segmentasi pasar yang akurat akan membantu manajemen hotel mengenali kebutuhan spesifik setiap kelompok konsumen, sedangkan analisis perilaku konsumen memberikan wawasan mendalam terkait motivasi serta preferensi pelanggan dalam memilih layanan kamar. Hasil kajian memperlihatkan bahwa keberhasilan hotel tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh ketepatan strategi dalam mengidentifikasi segmen yang potensial dan memahami perilaku konsumen secara menyeluruh. Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu pemasaran, khususnya dalam ranah pariwisata dan perhotelan, dengan menegaskan pentingnya integrasi antara segmentasi pasar dan perilaku konsumen sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis. Hasil tersebut pun bisa dipakai pedoman aplikatif untuk pengelola penginapan guna menyusun rencana promosi yang semakin efektif dan berdaya saing tinggi.

Kata kunci: Segmentasi pasar, Perilaku konsumen, Keputusan pembelian.

ABSTRACT
**THE INFLUENCE OF MARKET SEGMENTATION AND CONSUMER
BEHAVIOR ON ROOM PURCHASES AT AVENZEL HOTEL &
CONVENTION**

By : Achmad Zidan Rachematus Salam

NPM : 213404416076

Final Project, under the guidance of Mr. Gagih Pradini

S.Par., MM

This research aims to analyze the influence of market segmentation and consumer behavior on purchasing decisions for hotel rooms at Avenzel Hotel & Convention Cibubur. Market segmentation is understood as the process of grouping consumers based on specific characteristics, enabling businesses to design targeted marketing strategies. Meanwhile, consumer behavior reflects the patterns of thought, attitudes, and actions in the decision-making process, which are shaped by psychological, social, and cultural factors.

In the hospitality industry, a sharp understanding of both aspects is crucial, as intense competition requires hotels to be adaptive to market dynamics. Accurate segmentation strategies allow hotel management to identify the specific needs of consumer groups, while analyzing consumer behavior provides deeper insights into customer motivations and preferences in selecting room services.

The study highlights that hotel success is not solely determined by the quality of its products but also by the precision in identifying potential market segments and the comprehensive understanding of consumer behavior. This research contributes to marketing science, particularly in the field of tourism and hospitality, by emphasizing the importance of integrating market segmentation and consumer behavior as a foundation for strategic decision-making. Furthermore, the findings provide practical implications for hotel management in designing more effective and competitive marketing programs.

Keywords: Market segmentation, Consumer behavior, Purchasing decision.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh,

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas limpahan rahmat serta hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan proposal ini dengan waktu yang telah ditentukan. Proposal ini, dengan judul ***“PENGARUH SEGMENTASI PASAR DAN PERILAKU KONSUMEN TERHADAP PEMBELIAN KAMAR DI AVENZEL HOTEL & CONVENTION”*** yang disusun untuk melengkapi syarat- syarat penyelesaian Program Studi Sastra Satu (S1) pada Jurusan Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional. Di momen tersebut, perkenankan pengarang mengutarakan penghargaan serta ungkapan syukur yang ikhlas untuk seluruh elemen yang sudah menghadirkan pertolongan dan motivasi kepada penulis ketika menuntaskan kajian ini, khususnya untuk: Bagi pasangan orang tua Bapak dan Ibu yang terus-menerus menghadirkan doa, support serta energi kepada peneliti saat menamatkan tugas akhir ini.

- 1) Bapak Dr. Drs. EL Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional yang telah memberikan kesempatan dan izin terhadap penulis untuk dapat menyelesaikan studi.
- 2) Prof. DR. Edi Sugiono, S.T.,S.E.,M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
- 3) Ibu Dr, Rahayu Lestari, S.E., M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasional.
- 4) Bapak Dr. Ramang H Demolingo, S. S., M. Par, selaku Ketua Program Studi Pariwisata Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nasioanal.
- 5) Bapak Gagih Pradini, S.Par., M.M., selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah bersedia menyempatkan waktunya untuk membantu serta memberikan arahan, saran, dan masukan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
- 6) Segenap Bapak dan Ibu Staff Sekretariat Fakultas Ekonomi dan Bisnis, UPT Perpustakaan, dan seluruh Karyawan Universitas Nasional Jakarta.
- 7) Achmad Zidan, selaku diri sendiri sebagai penulis yang telah berjuang dengan penuh kesabaran menjalani setiap proses yang ada dan penuh tekad

dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

- 8) Seluruh rekan seperjuangan kelas karyawan program studi pariwisata angkatan 2021 sampai saat ini atas semangat dan momen yang telah dilalui bersama.
- 9) Untuk seluruh elemen yang tak mampu pengarang sebutkan satu demi satu, pengarang menyampaikan apresiasi yang paling mendalam.

Penutup ucapan untuk kedua kalinya penulis menyampaikan rasa syukur sebesar-besarnya terhadap seluruh elemen yang sudah menolong, menyokong, serta mendampingi peneliti ketika menjalankan merampungkan tugas akhir ini. Harapan semoga kemurahan sahabat-sahabat serta individu-individu yang menolong praktikan melalui amal baiknya diganjar oleh Allah SWT. Mudah-mudahan karya ilmiah ini mampu menghadirkan faedah bagi praktikan dan pihak lain meskipun tetap terdapat kelemahan di dalamnya.

Jakarta, 7 Mei 2024

Penulis



Achmad Zidan Rahematus Salam

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Penelitian	3
D. Kegunaan Penelitian	4
BAB II	5
TINJAUAN PUSTAKA	5
A. Teori yang terkait dengan Variabel Penelitian	5
1. Hotel	5
2. Akomodasi	7
3. Pariwisata	8
4. Front Office	8
5. Segmentasi Pasar	11
6. Perilaku Konsumen	17
7. Keputusan Pembelian	18
B. Penelitian Terdahulu	20
C. Kerangka Berfikir	22
D. Hipotesis	24
BAB III	26
METODE PENELITIAN	26
A. Objek Penelitian	26
B. Variabel Penelitian	27

C. Rencana dan Tahapan Penelitian	27
D. Data Penelitian.....	28
E. Teknik dan Alat Pengumpulan Data.....	33
F. Definisi Operasional Variabel	33
G. Metode Analisis dan Pengujian	35
BAB IV	43
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	43
A. Hasil Penelitian.....	43
1. Deskripsi Hasil Penelitian	43
2. Profil Tempat Penelitian.....	43
3. Karakteristik Responden	44
4. Hasil Lengkap Estimasi Penelitian	52
B. Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V.....	70
PENUTUP.....	70
A. Kesimpulan.....	70
B. Saran.....	71
DAFTAR PUSTAKA.....	73
LAMPIRAN.....	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berfikir	27
Gambar 4.1 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	51
Gambar 4.2 Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	52
Gambar 4.3 Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan	53
Gambar 4.4 Karakteristik Responden berdasarkan Pekerjaan	54
Gambar 4.5 Karakteristik Responden berdasarkan Penghasilan	55
Gambar 4.6 Karakteristik Responden berdasarkan Alamat Domisili	57
Gambar 4.7 Karakteristik Responden berdasarkan Frekuensi Menginap	58



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Rencana dan Tahapan Penelitian.....	32
Tabel 3.2 Tabel Skala Likert	37
Tabel 3.3 Definisi Operasional.....	38
Tabel 4.1 Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin.....	51
Tabel 4.2 Karakteristik responden berdasarkan usia.....	52
Tabel 4.3 Karakteristik responden berdasarkan pendidikan.....	53
Tabel 4.4 Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan.....	54
Tabel 4.5 Karakteristik responden berdasarkan Penghasilan	55
Tabel 4.6 Karakteristik responden berdasarkan Alamat Domisili	56
Tabel 4.7 Karakteristik responden berdasarkan Frekuensi Menginap	57
Tabel 4.8 Kategori berdasarkan Nilai Rata-rata	59
Tabel 4.9 Karakteristik responden berdasarkan Frekuensi Menginap	59
Tabel 4.10 Statistik Deskriptif Segmentasi Pasar	60
Tabel 4.11 Statistik Deskriptif Perilaku Konsumen.....	61
Tabel 4.12 Statistik Deskriptif Pembelian Kamar.....	62
Tabel 4.13 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.14 Hasil Uji Realibilitas	65
Tabel 4.15 Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.17 Hasil Uji Heterokedasitas	67
Tabel 4.18 Hasil Uji Autokorelasi.....	69
Tabel 4.19 Hasil Uji Penelitian Hipotesis (Uji T).....	70
Tabel 4.20 Hasil Uji Anova (Uji U).....	71
Tabel 4.21 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	72
Tabel 4.22 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	72