

ABSTRAK

Abdullah, Citra Handayani. 2016. Segmentasi Pasar Di Hotel Grand Q Gorontalo. Tugas Akhir. Fakultas Sastra dan Budaya, Program Studi Diploma III Pariwisata, Universitas Negeri Gorontalo. Pembimbing I Dr. Bambang Suharto, ST, MM.Par dan Pembimbing II Asminar Mokodongan, SE, MM.Par

Penelitian ini ditujukan untuk memperoleh gambaran tentang segmentasi pasar pada Hotel *Grand Q* Gorontalo, sebagai salah satu akomodasi andalan kepariwisataan di Provinsi Gorontalo. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian survei. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, angket dan studi dokumentasi, dengan sasaran segmentasi geografis, demografis, dan psikografis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa segmentasi geografi hotel *Grand Q* melalui tingkat kunjungan wisatawan berdasarkan wisatawan lokal, domestik dan luar negeri pada tahun 2015 memiliki tingkat hunian yang tertinggi, dan paling banyak didominasi wisatawan lokal. Segmentasi berbasis demografi berdasarkan umur menunjukkan bahwa wisatawan yang pernah atau berada di hotel *Grand Q* memiliki rata-rata umur $\geq 35 - 60$ (66,7%). Berdasarkan agama, pengunjung yang mendominasi adalah yang beragama Islam (83,3%). Berdasarkan pendapatan berkisar pada pengunjung yang memiliki pendapatan antara Rp. 1.850.000,- – Rp. 3.000.001- (50%), Ditinjau dari wisata favorit, wisata alam menjadi pilihan terbesar yakni mencapai 50%). Berdasarkan segmen psikografi berbasis pendidikan, pengunjung hotel Hotel *Grand Q* didominasi oleh mereka yang berpendidikan Sarjana/Diploma (83,3%). Dari segi pekerjaan, pengunjung hotel *Grand Q* paling banyak berasal dari mereka yang berprofesi sebagai pegawai negeri sipil dan ABRI (50%). Mencermati hasil penelitian tentang segmentasi pasar pada Hotel *Grand Q* Gorontalo ini dengan karakteristik pengunjung hotel sebagaimana digambarkan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa wisatawan yang memilih untuk menginap di Hotel *Grand Q* Gorontalo mayoritas merupakan pebisnis dengan fluktuasi jumlah pengunjung yang tergantung pada intensitas *event* penting yang diselenggarakan di Provinsi Gorontalo. Oleh karena itu disarankan sebaiknya Hotel Grand Q Gorontalo senantiasa melakukan analisis pasar secara efektif sehingga dapat menentukan strategi segmentasi pasar yang tepat, serta melakukan inovasi yang diarahkan pada peningkatan kualitas pengelolaan dan pelayanan.

Kata kunci: Segmentasi Pasar, Hotel *Grand Q* Gorontalo

ABSTRACT

Abdullah, Citra Handayani. 2016. Market Segmentation at Grand Q Hotel Gorontalo. Final Assignment. Literature and Culture Faculty, Diploma III of Tourism Program, Gorontalo State University. Supervisor I Dr. Bambang Suharto, ST, MM.Par and Supervisor II Asminar Mokodongan, SE, MM.Par

This study is aimed at getting the description of market segmentation at Grand Q Hotel Gorontalo. This study uses descriptive-qualitative approach with survey research. Technique of collecting data uses observation, questionnaire, and documentation study. It is addressed to getting data about market segmentation on the basis of geography, demography, and psychography. Based on the result of study on the basis of geography segmentation in 2015, Grand Q Hotel has the greatest number of visitors with local visitors as the majority. On the basis of demography segmentation, the visitors of this hotel is they who age between 35 – 60 (66,7%). Based on the religion, most of the visitors are moslem (83,3%). On the basis of income, the visitors are dominated by they who have income between Rp. 1.850.000,- – Rp. 3.000.001- (50%). Based on the favorite destination, the visitors prefer to choose natural place (50%). On the basis of psychography segmentation in terms of education, the visitors are dominated by people with Sarjana Degree (83,3%). Based on the occupation, the visitors come from civil servant and ABRI (50%). Studying the characteristic of visitors of this hotel, it can be concluded that most of the visitors are they who have business activities, and it is fluctuating, depending on the intensity of the events that are held in this Province. Therefore, it is suggested that it is better for the Grand Q Hotel to make market analysis in order to make appropriate segmentation, and creating innovation that addressed to the improvement of management and service of the hotel.

Key words: Market Segmentation, *Grand Q* Hotel Gorontalo

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Tugas Akhir yang Berjudul “Segmentasi Pasar Di Hotel *Grand Q* Gorontalo “

Oleh:

Citra Handayani Abdullah
NIM. 331 313 005

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Pembimbing I


Pembimbing II


Dr. Bambang Suharto, SST., M.M.Par
NIP. 19720303 200312 1 001


Asminar Mokodongan, SE., MM.Par
NIP. 19770828 200501 2 004

Mengetahui

Kepala Jurusan DHI Pariwisata


Krishna Anugrah, MM.,M.Par
NIP. 19761118 200604 1 001

LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir berjudul “ Segmentasi Pasar Di Hotel *Grand Q* Gorontalo “

Oleh:

Citra Handayani Abdullah

NIM : 331 313 005

Telah dipertahankan di depan dewan penguji

Hari Tanggal :

Waktu :

Penguji

1. Popyv Arnold Kadir, SE., MM.Par
NIP. 19760802 200801 2 001

(.....)

2. Dr. Bambang Suharto, SST., M.M.Par
NIP. 19720303 200312 1 001

(.....)

3. Asminar Mokodongan, SE., MM.Par
NIP. 19770828 200501 2 004

(.....)

Mengetahui
Dekan Fakultas Sastra dan Budaya
Universitas Negeri Gorontalo

Dr. Harto Malik, M.Hum
NIP. 19661004 199303 1 010