

ABSTRACT

In the midst of intense competition the business world today, every company is required to arrange their business from all sides, in order to survive and where possible be able to win the competition in its field. Many ways you can do the business world to be able to survive partly by improving product quality, improve its distribution channels and improve the quality of its services. Improved quality of service for both manufacturers and service companies, among others, aims to enhance customer satisfaction and in the long run will lead to loyalty which ultimately impact on improving the product. One service company that is currently growing rapidly is the hospitality. This development is in line with the development of tourist business in Indonesia as well as the functions of the hotel as a venue for business transactions. *The purpose of this study was to determine the customer's assessment of service quality performance Scarlet Dago Hotel and to determine the level of customer interests against the elements – elements of the service provided so the Scarlet Dago Hotel can figure out the strategy to improve its service quality performance. The method used is method survey with descriptive approach and to identify elements of service are used SPSS version 17.*

Results obtained from this study indicate that there are two important elements of service quality performance but lack of physical evidence of service and responsiveness of employees. *Then, there are three important elements of valued service and its performance has been good, ie reliability, assurance and empathy with the final results obtained*

$Y = 0.5466 + 0.058 + 0.032 \cdot 0.392x_2 + x_1 + x_3 + x_4 + 0.240 \cdot x_5 + 0.090$ with $\alpha \leq 0.05$.

Key words: Quality of Service, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Di tengah ketatnya persaingan dunia usaha saat ini, setiap perusahaan dituntut untuk mampu menata usahanya dari segala segi, agar mampu bertahan dan bilamana mungkin mampu memenangkan persaingan di bidangnya. Banyak cara yang dapat dilakukan dunia usaha untuk mampu bertahan antara lain dengan memperbaiki kualitas produknya, memperbaiki saluran distribusinya dan meningkatkan kualitas layanannya. Peningkatan kualitas pelayanan baik untuk perusahaan manufaktur maupun perusahaan jasa, antara lain bertujuan untuk meningkatkan kepuasan konsumen dan dalam jangka panjang akan menimbulkan loyalitas yang akhirnya berdampak pada peningkatan produk. Salah satu perusahaan jasa yang saat ini sedang berkembang pesat adalah perhotelan. Perkembangan ini seiring dengan perkembangan bisnis wisata di Indonesia serta adanya fungsi hotel sebagai tempat berlangsungnya transaksi bisnis. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penilaian pelanggan terhadap kinerja kualitas pelayanan jasa Hotel Scarlet Dago dan untuk mengetahui tingkat kepentingan pelanggan terhadap unsur - unsur pelayanan yang diberikan, sehingga Hotel Scarlet Dago dapat mengetahui strategi untuk meningkatkan kinerja kualitas pelayanannya. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan pendekatan deskriptif dan untuk mengidentifikasi unsur pelayanan tersebut digunakan SPSS versi 17.

Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat dua unsur pelayanan yang penting namun kinerja kualitas pelayanannya kurang yaitu bukti fisik dan ketanggapan karyawan. Kemudian, terdapat tiga unsur pelayanan yang dinilai penting dan kinerjanya sudah baik yaitu keandalan, jaminan, dan empati Dengan hasil akhir yang diperoleh $Y = 0,5466 + 0,058x_1 + 0,392x_2 + 0,032x_3 + 0,090x_4 + 0,240x_5$ dengan $\alpha \leq 0,05$

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Lembar Pengesahan	ii
Surat Pernyataan Keaslian Skripsi	iii
Lembar Instansi	iv
Kata Pengantar	v
<i>Abstract</i>	viii
Abstrak	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiv
Daftar Gambar	xv
Daftar Lampiran	xvi
Bab I Pendahuluan	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	6
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian.....	7
Bab II Kajian Pustaka , Kerangka Pemikiran, Pengembangan Hipotesis	9
2.1 Pengertian Pemasaran.....	9
2.2 Bauran Pemasaran	11
2.3 Ruang Lingkup Jasa	17
2.3.1 Karakteristik Jasa.....	18
2.3.2 Klasifikasi Jasa	19
2.3.3 Tugas Pokok Pengelola Jasa.....	21
2.3.4 Kesuksesan dalam Bidang Jasa	22
2.4 Kualitas Jasa	25
2.4.1 Pengertian Kualitas Jasa	27
2.4.2 Mengelola Kualitas Jasa	27
2.4.3 Dimensi Kualitas Jasa.....	29
2.4.4 Strategi Penyempurnaan Kualitas Jasa	32
2.4.5 Manfaat Kualitas Jasa.....	36

2.4.6 Prinsip – prinsip Kualitas Jasa.....	37
2.5 Kepuasan Pelanggan.....	38
2.5.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	38
2.5.2 Metode Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	40
2.5.3 Strategi Kepuasan Pelanggan	43
2.5.4 Model Ekspektasi / Harapan Pelanggan	45
2.5.5 Lima Elemen Kunci Di Dalam Konsep Kepuasan Konsumen	46
2.5.6 Ciri – Ciri Kepuasan Konsumen.....	48
2.5.7 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen	48
2.6 Kerangka Pemikiran	49
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	52
Bab III Metode Penelitian.....	53
3.1 Objek Penelitian	53
3.2 Sejarah Hotel Scarlet	53
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	54
3.4 Metode Penelitian	55
3.5 Uji Validitas.....	58
3.6 Uji Reliabilitas.....	58
3.7 Analisis Multipel Regresi	59
3.8 Definisi Operasional Variabel	59
3.9 Metode Analisis Data	62
Bab IV Analisis dan Pembahasan	64
4.1 Objek Penelitian	64
4.2 Karakteristik Responden	64
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.	65
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	66
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	67
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan	68
4.3 Uji Validitas.....	68
4.4 Uji Reliabilitas.....	71
4.5 Uji Regresi.....	73

4.6 Uji Hipotesis	75
Bab V Kesimpulan dan Saran	81
5.1 Kesimpulan	81
5.2. Saran	82
Daftar Kepustakaan	83
Data Riwayat Hidup Penulis	127

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel I	Lima Dimensi Kualitas Pelayanan (Service Quality)
	Operasional Variabel 60
Tabel II	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin..... 65
Tabel III	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia 66
Tabel IV	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan..... 67
Tabel V	Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan 68
Tabel VI	Nilai KMO dan Tingkat Signifikansi 69
Tabel VII	Hasil Uji Validitas 70
Tabel VIII	Hasil Uji Relibilitas 72
Tabel IX	Analisis Regresi Kualitas Pelayanan
	Terhadap Kepuasan Pelanggan..... 73

DAFTAR GAMBAR

		Halaman
Gambar 1	Model Kesenjangan Jasa	28
Gambar 2	Customer Response Following Service Failure	42
Gambar 3	Strategi Bisnis Perusahaan	43
Gambar 4	Penyebab Utama Tidak Terpenuhinya Ekspektasi Pelanggan .	44
Gambar 5	Lima Elemen Kunci Dalam Konsep Kepuasan Konsumen.....	47
Gambar 6	Kerangka Pemikiran	52

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Regresi.....	89
Lampiran B	Reliability Statistics.....	90
Lampiran C	Uji Validitas.....	94
Lampiran D	Kuesioner.....	99
Lampiran E	Data Hasil Kuesioner.....	103