

## Abstrak

*Penelitian ini dilaksanakan untuk menggambarkan kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan jasa pada tamu Lembang Asri Resort, Bandung. Pemilihan sampel menggunakan metode accidental sampling, dengan jumlah sampel penelitian / responden sebanyak 40 orang. Rancangan penelitian yang digunakan adalah rancangan penelitian deskriptif.*

*Alat ukur yang digunakan merupakan modifikasi dari alat ukur SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parsu Parasuraman, V. A. Zeithaml, dan L. Berry (2006), yang terdiri atas 27 item. Data yang diperoleh diolah menggunakan analisis gap (gap analysis) yang dihitung baik per individu maupun secara keseluruhan.*

*Berdasarkan pengolahan data secara statistik, diketahui bahwa sebanyak 7 responden dari 40 responden (17.5%) merasa puas terhadap kualitas layanan jasa Lembang Asri Resort, 32 responden dari 40 responden (80%) merasa tidak puas terhadap kualitas layanan jasa Lembang Asri Resort, dan 1 responden dari 40 responden (2.5%) merasa sangat puas terhadap kualitas layanan jasa Lembang Asri Resort.*

*Kesimpulannya, mayoritas tamu Lembang Asri Resort yang menjadi responden penelitian ini merasa tidak puas terhadap kualitas layanan jasa Lembang Asri Resort.*

*Peneliti mengajukan saran bagi peneliti berikutnya, agar meneliti korelasi antara faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen terhadap kualitas layanan jasa dengan kepuasan konsumen. Selain itu, bagi Lembang Asri Resort sebagai penyedia layanan jasa, disarankan untuk meningkatkan kualitas layanan jasanya pada lima dimensi kualitas layanan jasa.*

## *Abstract*

*This research, which is descriptive studies, has been conducted to describe the consumer satisfaction toward service quality of Lembang Asri Resort guest. Sample choosed by accidental sampling method, consist of 40 person.*

*Instrument that being used by researcher in order to collecting the satisfaction description of Lembang Asri Guest is a modified version of SERVQUAL questionnaire which was develop by Parsu Parasuraman, V.A. Zeithaml, and L.L. Berry (2006) consisting of 27 items. Collected data were processed by gap analysis method.*

*Based on the statistical data processing, we can see that 7 research respondent from 40 respondent (17.5%) were satisfied toward service quality of Lembang Asri Resort, 32 respondent from 40 respondent (80%) were not satisfied toward service quality of Lembang Asri Resort, and 1 respondent (2.5%) were very satisfied toward service quality of Lembang Asri Resort.*

*Researcher conclude that majority of respondent were not satisfied toward Lembang Asri Resort service quality.*

*Last, researcher suggest to the next researcher to research the correlations between number of factors that influenced the consumer satisfaction with the consumer satisfaction itself. Researcher also suggest Lembang Asri Resort as a service provider to increased the quality of its service based from five service quality dimensions*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ii</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR SKEMA DAN TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xiii</b>

### **Bab I Pendahuluan**

1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	7
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian.....	7
1.4. Kegunaan Penelitian.....	7
1.4.1. Kegunaan Teoritis.....	7
1.4.2. Kegunaan Praktis.....	7
1.5. Kerangka Pemikiran.....	8
1.6. Asumsi Penelitian.....	18

### **Bab II Tinjauan Pustaka**

2.1. Teori Layanan Jasa ( <i>Service Theory</i> ).....	18
2.2. <i>Customer Expectations of Service</i> (Harapan Konsumen akan Layanan Jasa).....	21

2.2.1. <i>Expected Service : Level of Expectations</i> (Pelayanan yang Diharapkan).....	21
2.2.2. <i>Factors That Influence Customer Expectations of Service</i> (Faktor yang Memengaruhi Harapan Konsumen Terhadap Layanan).....	22
2.3. <i>Customer Perceptions of Service</i> (Persepsi Konsumen akan Layanan Jasa).....	24
2.3.1. Kepuasan Konsumen.....	25
2.3.2. <i>Building Blocks for Service Perceptions</i> (Faktor / Determinan dari Persepsi Konsumen Terhadap Layanan Jasa).....	25
2.3.3. <i>Service Quality</i> (Kualitas Layanan Jasa).....	26
2.4. <i>Postpurchase Behavior</i> (Perilaku Setelah Membeli).....	31
2.4.1. Kepuasan Setelah Membeli.....	31
2.4.2. Tindakan Setelah Membeli ( <i>Postpurchase Action</i> ).....	32
2.5. <i>Customer Gap</i> .....	32

### **Bab III Metodologi Penelitian**

3.1. Rancangan Penelitian.....	33
3.2. Variabel Penelitian, Definisi Konseptual, dan Definisi Operasional.....	34
3.2.1. Variabel Penelitian.....	34
3.2.2. Definisi Konseptual.....	34

3.2.3. Definisi Operasional.....	34
3.3. Alat Ukur.....	35
3.3.1. Alat Ukur SERVQUAL.....	35
3.3.2. Data Penunjang.....	37
3.3.3. Validitas dan Reliabilitas.....	38
3.3.3.1. Uji Validitas Alat Ukur.....	38
3.3.3.2. Uji Reliabilitas Alat Ukur.....	40
3.4. Populasi dan Teknik Sampling.....	42
3.4.1. Populasi.....	42
3.4.2. Teknik Sampling.....	42
3.5. Teknik Analisis.....	42

## **Bab IV Hasil Penelitian dan Pembahasan**

4.1. Hasil Penelitian.....	44
4.1.1. Gambaran Responden.....	44
4.1.1.1. Jenis Kelamin Responden.....	44
4.1.1.2. Usia Responden.....	45
4.1.1.3. Kota Asal Responden.....	45
4.1.1.4. Pekerjaan Responden.....	46
4.1.2. Tingkat Kepuasan Konsumen Secara Umum.....	47
4.2. Pembahasan.....	47

## **Bab V Kesimpulan dan Saran**

5.1. Kesimpulan.....	70
5.2. Saran.....	71
5.2.1. Saran Teoritis.....	71
5.2.2. Saran Praktis.....	72

<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>
----------------------------	-----------

<b>DAFTAR RUJUKAN.....</b>	<b>75</b>
----------------------------	-----------

## **LAMPIRAN**

## DAFTAR SKEMA DAN TABEL

Skema Kerangka Pemikiran.....	17
Skema Rancangan Penelitian.....	33
Tabel Kisi-Kisi Alat Ukur.....	36
Tabel Bobot Penilaian Alat Ukur.....	37
Tabel Bobot Penilaian <i>Gap</i> .....	43
Tabel Jenis Kelamin Responden.....	44
Tabel Usia Responden.....	45
Tabel Kota Asal Responden.....	45
Tabel Pekerjaan Responden.....	46
Tabel Tingkat Kepuasan Responden Secara Keseluruhan.....	47

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Analisis Gap Secara Umum dan Per Dimensi

Lampiran B. Tingkat Kepuasan pada Lima Dimensi Kualitas Layanan Jasa

Lampiran C. Tabulasi Silang Faktor yang Memengaruhi *Expected* dan *Perceived*  
*Service*

Lampiran D. Tabulasi Silang Data Demografis dengan Hasil Penelitian

Lampiran E. Tabulasi Silang Kepuasan Per Dimensi dengan Hasil Penelitian

Lampiran F. Kisi-Kisi Alat Ukur

Lampiran G. Alat Ukur

Lampiran H. Validitas Alat Ukur

Lampiran I. Analisis Item