

INTISARI

Jasa merupakan setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Dalam industri jasa, kualitas jasa merupakan salah satu hal yang penting. Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan atau kualitas jasa yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Apabila konsumen merasa kualitas yang didapatnya tidak sesuai dengan yang diharapkan atau tidak memuaskan, kemungkinan besar konsumen tidak akan menggunakan jasa dari perusahaan tersebut lagi, bahkan mungkin konsumen tersebut akan membeli dari pesaing yang menawarkan kualitas jasa yang lebih baik.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah lima dimensi pokok kualitas jasa yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan di Bandung dengan menggunakan 134 responden yang merupakan konsumen dari Hotel Horison. Karakteristik yang digunakan adalah karakteristik yang mudah diamati seperti jenis kelamin, usia, pekerjaan, tujuan menginap. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi sederhana dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah metode survei.

Dalam penelitian ini, penulis melakukan uji regresi dengan menggunakan SPSS versi 11.5., yang mana hasil uji regresi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen memperoleh hasil $Y_1 = 3,570 + 0,119X_1 + 0,113X_2 + 0,153X_3 + 0,216X_4 + 0,460X_5$ dengan $\alpha \leq 5\%$, yang artinya untuk dimensi TOTAS dan TOTEM, H_1 diterima karena $\alpha \leq 0,05$ yaitu untuk TOTAS sebesar 0,028, TOTEM sebesar 0,000 artinya dimensi TOTAS dan TOTEM mempengaruhi kepuasan konsumen, sedangkan dimensi lainnya yaitu TOTTA, TOTREL, TOTRES ditolak karena $\alpha > 0,05$ yaitu TOTTA sebesar 0,121, TOTREL sebesar 0,242, dan TOTRES sebesar 0,111 artinya dimensi TOTTA, TOTREL, dan TOTRES tidak mempengaruhi kepuasan konsumen. Sedangkan hasil *adjusted R square* sebesar 0,443 atau 44,3 % dan sisanya sebesar 0,557 atau 55,7 % dipengaruhi oleh faktor lain. Hasil penelitian secara keseluruhan menjelaskan bahwa kualitas jasa mempengaruhi kepuasan konsumen.

Kata kunci: Kualitas Jasa, Bukti Fisik, Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Konsumen.

ABSTRACT

Service is performance or action which offer to one people to another people, which it's intangible and inconsequently ownership to something. In service industry, service quality is one matter of important. Consumer will be feel satisfaction if they are to get good service or service quality or which accordance is expected. If consumer fell which get quality acquisition of disagree or dissatisfaction, maybe consumer didn't use service form company again, and maybe consumer will buy from competitor which offer best quality.

The aim research is to analyze what five fundamental dimension service quality is tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy influence satisfaction of consumer. The research was held in Bandung with using 134 respondent who consumer from "Hotel Horison". The individual characteristic which is use is the one that is very easy to see such as gender, age, work, purpose lodging in hotel. The analysis method which is use is simple regression analysis and data collection method which is use is the survey method

In the research, the writer has done simple regression use SPSS version 11.5., with the result regression test the service quality to satisfaction of consumers, get result of $Y_1 = 3,570 + 0,119X_1 + 0,113X_2 + 0,153X_3 + 0,216X_4 + 0,460X_5$ with significances $\alpha \leq 5 \%$, meaning for TOTAS and TOTEM dimension, H_1 acceptable because $\alpha \leq 0,05$ that is for TOTAS as big as 0,028, TOTEM as big as 0,000 meaning TOTAS and TOTEM dimension influence customer satisfaction, but other TOTTA, TOTREL, and TOTRES unacceptable because $\alpha > 0,05$ that is TOTTA as big as 0,121, TOTREL as big as 0,242, and TOTRES as big as 0,111 meaning TOTTA, TOTREL, and TOTRES not influence satisfaction customer. While the adjusted R square 0,443 or 44,3 %, and the rest in 0,557 or 55,7 % is influenced by other factor. The all research, the writer can prove that service quality influence to job satisfaction.

Keyword: Quality of service, Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, empathy, Satisfaction of Consumer.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
INTISARI.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN.....	xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	3
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian.....	4
1.5 Lingkup Penelitian.....	5
1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	6
1.7 Rerangka pemikiran.....	6
1.8 Sistematika Penulisan.....	15
1.9 Hipotesis.....	16

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Pemasaran.....	17
2.2 Pengertian Manajemen Pemasaran.....	19
2.3 Bauran Pemasaran.....	20
2.3.1 Aktivitas Pemasaran.....	22
2.4 Pengertian Jasa.....	24
2.4.1 Klasifikasi Jasa.....	26
2.4.2 Karakteristik Jasa.....	28
2.5 Kualitas Jasa.....	29
2.5.1 Pengertian Kualitas Jasa.....	29
2.5.2 Dimensi Kualitas Jasa.....	30
2.6 Konsep Kepuasan Konsumen.....	31
2.6.1 Kepuasan Konsumen.....	31
2.6.2 Konsep Kepuasan Konsumen.....	31
2.6.3 Pengukuran Kepuasan.....	33
2.7 Pengertian Hotel.....	35
2.7.1 Klasifikasi Hotel.....	36

BAB III METODE PENELITIAN

3.1	Objek Penelitian.....	41
3.2	Profil Perusahaan.....	41
3.2.1	Sejarah Perusahaan.....	41
3.2.2	Struktur organisasi.....	45
3.3	Metode Penelitian.....	50
3.3.1	Desain Penelitian.....	50
3.3.2	Definisi Variabel.....	50
3.4	Operasional variabel dan skala Pengukurannya.....	51
3.5	Jenis dan Sumber Data.....	54
3.6	Metode Pengumpulan Data.....	54
3.6.1	Teknik Penentuan Sampel.....	54
3.6.2	Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.7	Uji Validitas.....	57
3.8	Uji Reliabilitas.....	58
3.9	Metode Analisis Data.....	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1	Karakteristik responden.....	64
4.1.1	Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin.....	65
4.1.2	Karakteristik Responden berdasarkan usia.....	65
4.1.3	Karakteristik Responden berdasarkan pekerjaan.....	66
4.1.4	Karakteristik Responden berdasarkan tujuan menginap.....	67
4.2	Uji Validitas.....	67
4.2.1	Hasil Pengujian Validitas.....	67
4.3	Uji Reliabilitas.....	69
4.3.1	Hasil Pengujian Reliabilitas.....	69
4.4	Hasil Uji Asumsi Regresi Sederhana.....	70
4.5	Pengujian Hipotesis dan pembahasan.....	72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.....	78
5.2	Implikasi Pemasaran.....	79
5.3	Saran.....	80

DAFTAR TABEL

3.1	Operasional Variabel.....	52
4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	65
4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	65
4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	66
4.4	Karakteristik responden Berdasarkan Tujuan Menginap.....	67
4.5	Hasil Validitas.....	68
4.6	Hasil Reliabilitas.....	70
4.7	Analisis Regresi Kepuasan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen.....	71
4.8	Analisis Regresi Kepuasan Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen.....	72
4.9	Ringkasan Hasil Pengujian Keseluruhan Hipotesis.....	77

DAFTAR GAMBAR

1.1	Service Quality Model.....	13
2.1	Three Types of Marketing in Service Industries.....	24
3.1	Struktur Organisasi.....	49

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat pernyataan dan berita acara bimbingan
2. Kuesioner penelitian
3. Hasil Uji Validitas
4. Hasil Uji Reliabilitas
5. Hasil Uji Regresi
6. Gambar Hotel Horison