

ABSTRAK

Industri jasa sekarang ini semakin banyak berkembang dengan berjalannya waktu. Hotel Permata Bidakara merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Untuk dapat bersaing dengan hotel lain, maka Hotel Permata Bidakara harus memilih strategi pemasaran yang tepat.

Hotel Permata Bidakara harus memperhatikan kualitas pelayanannya agar dapat menarik perhatian (*attention*), minat (*interest*), dan keinginan (*desire*) pelanggan sehingga menimbulkan tindakan (*action*) dari pelanggan untuk menginap di hotel tersebut. Pelanggan menilai kualitas pelayanan di Hotel Permata Bidakara berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu, keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), kepastian (*assurance*), empati (*empathy*), dan berwujud (*tangible*).

Pelaksanaan kualitas pelayanan yang telah dilakukan Hotel Permata Bidakara sudah berjalan dengan baik, hanya saja akan lebih baik lagi jika pihak hotel semakin meningkatkan kualitas pelayanannya dengan menambahkan fasilitas baru agar dapat menarik pelanggan lebih banyak lagi, serta selalu menjaga hubungan yang baik antara karyawan dengan pelanggan.

Penelitian dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada 45 orang responden yang dianggap mewakili pelanggan Hotel Permata Bidakara. Dari penyebaran tersebut dilakukan perhitungan statistik korelasi *Rank Spearman* untuk menguji kedua variabel, dan digunakan hipotesa statistik untuk melihat apakah ada pengaruh antara kualitas pelayanan dengan niat (beli) sewa kamar pelanggan.

Hasil perhitungan korelasi *Rank Spearman*, maka diperoleh nilai r_s sebesar 0.89, yang berarti terdapat korelasi yang kuat antara kualitas pelayanan dengan niat (beli) sewa kamar pelanggan.

Dengan menggunakan perhitungan koefisien determinasi, maka dapat diketahui bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap niat (beli) sewa kamar pelanggan adalah 79.21% dan sisanya sebesar 20.79% dipengaruhi oleh faktor – faktor lain di luar kualitas pelayanan.

Pengujian statistik berdasarkan hipotesa umum dengan tingkat signifikan (α) sebesar 5%, dan derajat bebas $n-2 \rightarrow 45-2 = 43$, maka diperoleh t_{tabel} adalah sebagai berikut 1.68205 Berdasarkan perhitungan maka didapatkan hasil $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$ ($12.4856 \geq 1.68205$), yang berarti bahwa hipotesis pertama (H_0) yang menyatakan tidak ada pengaruh antara kualitas jasa pelayanan dengan niat (beli) sewa kamar pelanggan ditolak, sebaliknya hipotesis kedua (H_i) yang menyatakan ada pengaruh antara kualitas jasa pelayanan dengan niat (beli) sewa kamar pelanggan diterima.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	4
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Kegunaan Penelitian	5
1.5 Kerangka Pemikiran	5
1.6 Metode Penelitian.....	10
1.6.1 Objek Penelitian.....	10
1.6.2 Operasional Variabel.....	10
1.6.3 Jenis dan Sumber Data	16
1.6.4 Metode Pengumpulan Data	16
1.6.5 Metode Pengambilan Sampel	18
1.6.6 Metode Analisa Data.....	19
1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian	22

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Hotel	23
2.1.1 Pengertian Hotel	23
2.1.2 Pengertian Hotel di Indonesia	24
2.1.3 Penggolongan Hotel.....	26
2.1.4 Peranan Hotel Bagi Wisatawan	28

2.2 Pengertian Pemasaran.....	29
2.3 Konsep Jasa.....	30
2.3.1 Pengertian Jasa	30
2.3.2 Klasifikasi Jasa	31
2.3.3 Karakteristik Jasa.....	32
2.3.4 Strategi Pemasaran Jasa	33
2.4 Bauran Pemasaran	37
2.4.1 Pengertian Bauran Pemasaran	37
2.4.2 Pengertian Bauran Pemasaran Jasa.....	39
2.5 Kualitas Jasa.....	40
2.5.1 Pengertian Kualitas	40
2.5.2 Pengertian Kualitas Jasa	41
2.5.3 Dimensi Kualitas Jasa.....	42
2.6 Perilaku Konsumen	46
2.6.1 Pengertian Perilaku Konsumen.....	46
2.6.2 Model Perilaku Konsumen	48
2.6.3 Faktor Utama yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian	48
2.6.4 Tipe Perilaku Pembelian.....	49
2.6.5 Tahap-tahap Proses Keputusan Pembelian.....	51
2.7 Niat Beli	55
2.7.1 Pengertian Niat Beli	55
2.7.2 Model Tradisional Proses Adopsi/Pembelian.....	55
2.8 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Niat (Beli) Sewa Kamar Hotel.....	56

BAB III OBJEK PENELITIAN

3.1 Sejarah Singkat Hotel Permata Bidakara.....	59
3.2 Struktur Organisasi Hotel Permata Bidakara	63
3.3 Uraian Tugas dan Jabatan.....	64
3.4 Fasilitas yang Tersedia di Hotel Permata Bidakara	66
3.5 Promosi yang Dilakukan Hotel Permata Bidakara.....	68

3.6 Tarif Kamar yang Ada di Hotel Permata Bidakara	69
--	----

BAB IV HASIL PENELITIAN dan PEMBAHASAN

4.1 Analisis Profil Resonden	70
4.1.1 Jenis Kelamin Pelanggan.....	71
4.1.2 Usia Pelanggan	72
4.1.3 Tingkat Pendidikan Terakhir	73
4.1.4 Jenis Pekerjaan Pelanggan.....	73
4.1.5 Tingkat Pengeluaran Pribadi Pelanggan.....	74
4.1.6 Fasilitas yang Menarik	75
4.1.7 Sumber Informasi Pelanggan.....	76
4.1.8 Alasan Datang ke Hotel Permata Bidakara	77
4.1.9 Frekuensi Kunjungan Pelanggan Dalam Setahun.....	78
4.1.10 Wilayah Tempat Tinggal.....	79
4.2 Analisis Tanggapan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan yang Diberikan oleh Hotel Permata Bidakara.....	80
4.2.1 Analisis Pelayanan yang Dirasakan Dari Hotel Permata Bidakara	80
4.2.2 Analisis Pelayanan yang Menarik Dari Hotel Permata Bidakara	91
4.3 Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Niat (Beli) Sewa Kamar Konsumen Pada Hotel Permata Bidakara.....	103

BAB V KESIMPULAN dan SARAN

5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran.....	122

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Operasional Variabel.....	11
TABEL 4.1 Pelanggan Hotel Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
TABEL 4.2 Pelanggan Hotel Berdasarkan Usia.....	72
TABEL 4.3 Pelanggan Hotel Berdasarkan Tingkat Pendidikan	73
TABEL 4.4 Pelanggan Hotel Berdasarkan Jenis Pekerjaan	73
TABEL 4.5 Pelanggan Hotel Berdasarkan Tingkat Pengeluaran Pribadi.....	74
TABEL 4.6 Pelanggan Hotel Berdasarkan Fasilitas yang Menarik	75
TABEL 4.7 Pelanggan Hotel Berdasarkan Sumber Informasi	76
TABEL 4.8 Pelanggan Hotel Berdasarkan Alasan Datang	77
TABEL 4.9 Pelanggan Hotel Berdasarkan Frekuensi Kunjungan	78
TABEL 4.10 Pelanggan Hotel Berdasarkan Wilayah Tempat Tinggal	79
TABEL 4.11 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Kenyamanan dan Kebersihan Kamar.....	80
TABEL 4.12 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Kebersihan dan Kelengkapan Kamar Mandi	81
TABEL 4.13 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Kenyamanan dan Kebersihan Restaurant.....	82
TABEL 4.14 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Keragaman Menu dan Kelezatan Rasa Makanan dan Minuman	82
TABEL 4.15 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Kemampuan Karyawan Dalam Menangani Keluhan Pelanggan	83
TABEL 4.16 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Kemahiran Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan.....	83
TABEL 4.17 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Penampilan Karyawan yang Menarik dan Rapi	84
TABEL 4.18 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Keramahan Karyawan Dalam Menyambut Tamu.....	84
TABEL 4.19 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Keamanan Hotel dan Kamar	85

TABEL 4.20 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Keamanan	
Tempat Parkir	85
TABEL 4.21 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Kesopanan	
Para Karyawan.....	86
TABEL 4.22 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Kecepatan	
Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan.....	86
TABEL 4.23 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Kemudahan	
Pelanggan Dalam Menghubungi Karyawan.....	87
TABEL 4.24 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Kemudahan	
Mendapatkan Informasi	87
TABEL 4.25 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Tanggapan	
Cepat Karyawan Terhadap Permintaan Pelanggan.....	88
TABEL 4.26 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Tanggapan	
Karyawan Terhadap Keluhan Pelanggan	88
TABEL 4.27 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Kepedulian	
Karyawan Terhadap Pelanggan	89
TABEL 4.28 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Sikap Karyawan	
Terhadap Pelanggan.....	90
TABEL 4.29 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Perhatian	
Karyawan Terhadap Pelanggan	90
TABEL 4.30 Pelayanan yang Dirasakan Konsumen akan Keluwesan	
Karyawan Terhadap Pelanggan	91
TABEL 4.31 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Pemberian	
Potongan Tarif Kamar dan Tarif yang Bersaing dengan Hotel	
Lain	92
TABEL 4.32 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Penataan Perabotan	
dan Dekorasi Ruangan Hotel.....	93
TABEL 4.33 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Exterior Hotel	93
TABEL 4.34 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Reservation Kamar	
Melalui Telepon.....	94

TABEL 4.35 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Kerapihan Seragam Karyawan	94
TABEL 4.36 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Adanya Food and Beverage.....	95
TABEL 4.37 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Keragaman Menu dan Kelezatan Rasa Makanan dan Minuman	95
TABEL 4.38 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Tersedia Paket Khusus Menginap	96
TABEL 4.39 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Fasilitas Hubungan dengan Tour & Travel.....	96
TABEL 4.40 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Adanya Berbagai Fasilitas Olahraga dan Tempat untuk Karaoke	97
TABEL 4.41 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Kenyamanan dan Kebersihan Kamar dan Restaurant	97
TABEL 4.42 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Keamanan Hotel dan Tempat Parkir.....	98
TABEL 4.43 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Harga Makanan dan Minuman yang Terjangkau.....	98
TABEL 4.44 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Kebersihan dan Kelengkapan Fasilitas Hotel.....	99
TABEL 4.45 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Ketenangan Suasana Dalam Lingkungan Hotel	100
TABEL 4.46 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Kemudahan Cara Pembayaran	100
TABEL 4.47 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Profesionalisme Karyawan Dalam Memberikan Pelayanan.....	101
TABEL 4.48 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Fasilitas Akomodasi dengan Tour & Travel.....	101
TABEL 4.49 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Kemudahan Pelanggan Dalam Menghubungi Pihak Hotel	102

TABEL 4.50 Pelayanan yang Menarik Konsumen akan Food & Beverage yang tersedia Setiap Saat Ada Pemesanan	102
TABEL 4.51 Ranking Variabel Penelitian.....	104
TABEL 4.52 Angka Kembar X	106
TABEL 4.53 Angka Kembar Y	107

DAFTAR GAMBAR

GAMBAR 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran	9
GAMBAR 2.1 Tiga Strategi Pemasaran Jasa	34
GAMBAR 2.2 Model Perilaku Pembeli.....	48
GAMBAR 2.3 Model Lima Tahap Proses Pembelian	52
GAMBAR 2.4 Model Tradisional Proses Adopsi/Pembelian	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Kuesioner

LAMPIRAN 2 Tabel Variabel X

LAMPIRAN 3 Tabel Variabel Y

LAMPIRAN 4 Tabel Distribusi t

LAMPIRAN 5 Surat Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi

LAMPIRAN 6 Struktur Organisasi Hotel Permata Bidakara

LAMPIRAN 7 Brosur Hotel Permata Bidakara

LAMPIRAN 8 Surat Pernyataan

LAMPIRAN 9 Daftar Riwayat Hidup