

ABSTRAK

Indonesia memiliki kekayaan alam yang indah sangat mendukung berkembangnya sektor kepariwisataan. Dengan berkembangnya sektor pariwisata ini, usaha sarana pariwisata semakin berkembang. Salah satunya adalah usaha perhotelan, di mana usaha perhotelan dewasa ini bukan hanya untuk keperluan kepariwisataan tetapi tidak dapat digunakan untuk keperluan lain sehingga tidak dapat dihindarkan lagi, persaingan pun semakin ketat.

Dalam penelitian ini penulis mempergunakan metode survei yang tujuannya untuk mengetahui sikap dan tanggapan konsumen terhadap kualitas jasa yang diberikan hotel dan apakah telah memenuhi harapannya serta pengaruh kualitas jasa yang diberikan oleh hotel terhadap tingkat kepuasan konsumen

Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif analisis yang memaparkan secara terstruktur, faktual dan aktual mengenai fakta-fakta, sifat serta korelasi antara variabel yang diselidiki. Untuk mengetahui keeratan hubungan antara kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen digunakan uji statistik non parametrik dengan menggunakan korelasi rank spearman (r_s) . Di mana hasil dari penelitian maka di peroleh nilai r_s sebesar 0,95 (95%) yang berarti ada hubungan yang kuat dan menuju sempurna dan koefisien determinasi sebesar 0,9025 (90,25%) dimana hal ini menunjukkan bahwa jika kualitas jasa meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat dan sebaliknya jika kualitas jasa menurun maka kepuasan konsumen juga akan menurun, sedangkan sisanya sebesar 0,0975 (9,75%) adalah disebabkan karena faktor-faktor lainnya di luar kualitas jasa.

Untuk itu disarankan agar perusahaan harus berusaha meningkatkan kualitas jasanya sehingga perusahaan dapat memuaskan konsumennya dan mempunyai kemampuan untuk bersaing dengan resort hotel lainnya.

DAFTAR ISI

	Halaman
Abstrak	i
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	vii
Daftar Tabel	x
Daftar Lampiran	xii
Bab 1 Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	3
1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian	3
1.4 Kegunaan Penelitian	4
1.5 Kerangka Pemikiran	4
1.6 Lokasi Dan Waktu Penelitian	7
Bab 2 Tinjauan Pustaka	
2.1 Pengertian Pemasaran	8
2.2 Bauran Pemasaran	9
2.3 Pengertian, Kategori Penawaran, Karakteristik Dan Klasifikasi Jasa	13
2.3.1 Pengertian Jasa	13
2.3.2 Pengertian Jasa Perhotelan	14
2.3.3 Kategori Penawaran Jasa	16
2.3.4 Karakteristik Jasa	17
2.3.5 Klasifikasi Jasa	19
2.4 Pengertian Pelayanan	21
2.5 Kualitas Jasa	22
2.5.1 Pengertian Kualitas Jasa	22
2.5.2 Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	23

2.5.3 Model Kualitas Jasa	25
2.6 Kepuasan Konsumen	28
2.6.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	28
2.6.2 Mengukur Kepuasan Konsumen	29
Bab 3 Objek Penelitian	
3.1 Objek Penelitian	33
3.2 Sejarah Singkat Perusahaan	33
3.3 Struktur Organisasi Dan Uraian Tugas Hotel Argapuri	34
3.4 Fasilitas Hotel Argapuri	41
3.5 Metodologi Penelitian	45
3.5.1 Jenis Dan Sifat Penelitian	46
3.5.2 Jenis Sumber Data	46
3.5.3 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.4 Metode Pengumpulan Sampel	48
3.5.5 Metode Analisa Data Dan Teknik Pengolahan Data	48
3.5.6 Operasionalisasi Variabel	51
Bab 4 Hasil Dan Pembahasan	
4.1 Gambaran Umum Tamu Hotel Argapuri	54
4.2 Harapan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Yang Diberikan Hotel Argapuri	57
4.3 Persepsi Konsumen Tentang Kualitas Jasa Yang Diberikan Hotel Argapuri	68
4.4 Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen	75

Bab 5 Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	85

Daftar Pustaka

Lampiran

Riwayat Hidup

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.5.3 Model Kualitas Jasa	27
Tabel 2.6.2 Konsep Kepuasan Konsumen dalam Pemasaran	30
Tabel 3.5.6 Operasionalisasi Variabel	51
Tabel 4.1.1 Tamu Hotel Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 4.1.2 Tamu Hotel Berdasarkan Usia	55
Tabel 4.1.3 Tamu Hotel Berdasarkan Jenis Pekerjaan	55
Tabel 4.1.4 Tamu Hotel Berdasarkan Pendapatan rata-rata perbulan	56
Tabel 4.1.5 Tamu Hotel Berdasarkan Tujuan Menginap	56
Tabel 4.2.1 Pemberian Nilai Jawaban Responden Terhadap Kualitas Jasa	57
Tabel 4.2.2 Harapan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Hotel Argapuri	58
Tabel 4.2.3 Harapan Konsumen Terhadap Ketepatan Waktu Hotel Argapuri	60
Tabel 4.2.4 Harapan Konsumen Terhadap Kesesuaian Penyampaian Jasa Hotel Argapuri	60
Tabel 4.2.5 Harapan Konsumen Terhadap Keluangan Waktu Karyawan	61
Tabel 4.2.6 Harapan Konsumen Terhadap Kesiediaan Karyawan Dlm Layanan Cepat	62
Tabel 4.2.7 Harapan Konsumen Terhadap Kenyamanan Kamar	62
Tabel 4.2.8 Harapan Konsumen Terhadap Kenyamanan Tata Letak Hotel	63
Tabel 4.2.9 Harapan Konsumen Terhadap Perhatian Dan Keramahan Karyawan	64
Tabel 4.2.10 Harapan Konsumen Terhadap Pemahaman Karyawan Pada Kebutuhan Tamu Hotel	64
Tabel 4.2.11 Harapan Konsumen Terhadap Dekorasi Dan Tata Ruang Kamar	65

Tabel 4.2.12 Harapan Konsumen Terhadap Seragam Dan Penampilan	
Karyawan	66
Tabel 4.2.13 Harapan Konsumen Terhadap Kebersihan Kamar Dan WC	66
Tabel 4.2.14 Harapan Konsumen Terhadap Fasilitas Dan Peralatan Kamar	67
Tabel 4.2.15 Harapan Konsumen Terhadap Kualitas & Variasi	
Makanan & Minuman	68
Tabel 4.3.1 Pemberian Nilai Jawaban Responden Terhadap	
Kepuasan Konsumen	69
Tabel 4.3.2 Jawaban Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Hotel Argapuri	69
Tabel 4.3.3 Jawaban Konsumen Terhadap Kemauan Menceritakan	
Pengalaman	70
Tabel 4.3.4 Jawaban Konsumen Terhadap Kemauan Mengingat Kembali	71
Tabel 4.3.5 Jawaban Konsumen Terhadap Kemauan Menjadi	
Pelanggan Hotel	72
Tabel 4.3.6 Jawaban Konsumen Terhadap Kemauan Memberi	
Saran & Masukan	72
Tabel 4.3.7 Jawaban Konsumen Terhadap Kemauan Mengajak Keluarga	
Dan Teman	73
Tabel 4.3.8 Jawaban Konsumen Terhadap Kemauan Sikap Tidak	
Memperhatikan Hotel Saingan Dan Biaya	74
Tabel 4.3.9 Jawaban Responden Terhadap Kemauan Mempengaruhi	
Orang Lain	75
Tabel 4.4.1 Rank - Rank Variabel Penelitian	77
Tabel 4.4.2 Angka Kembar Variabel X	79
Tabel 4.4.3 Angka Kembar Variabel Y	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Jawaban Responden Pada Kuesioner Kualitas Jasa

Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden Pada Kuesioner Kepuasan Konsumen

Lampiran 4 Tabel t

Lampiran 5 Surat Penelitian Untuk Penyusunan Skripsi

Lampiran 6 Surat Pernyataan

Lampiran 7 Berita Acara Bimbingan

Lampiran 8 Gambar Hotel Argapuri