

ABSTRAK

Kegiatan pariwisata merupakan salah satu indikator yang penting bagi perekonomian suatu Negara, dimana dengan adanya pariwisata maka pendapatan perkapita suatu Negara akan meningkat / menurun. Hal ini dapat dilihat bahwa kehidupan pariwisata sekarang ini sudah semakin maju dan tuntutan para konsumen akan kebutuhan pariwisata juga semakin tinggi. Bisnis perhotelan merupakan salah satu hal yang mendukung kegiatan pariwisata dan telah menjadi suatu kebutuhan bagi semua kalangan yang mampu, khususnya untuk mendapatkan kenyamanan disaat mengadakan perjalanan liburan. Oleh sebab itu, para pengusaha perhotelan harus berusaha semaksimal mungkin memberikan serta menyediakan pelayanan yang berkualitas.

Dalam industri jasa khususnya hotel. Kualitas pelayanan merupakan suatu hal yang sangat penting yang akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Oleh sebab itu pemberi jasa berusaha memberikan layanan yang baik sehingga dapat memuaskan konsumennya. Akan tetapi mereka harus memperhatikan hal-hal yang mungkin terjadi pada saat jasa tersebut diberikan yang akan menyebabkan ketidakpuasan bagi konsumennya. Dalam hal ini penulis meneliti tentang hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Untuk menilai kualitas layanan ini penulis menggunakan lima dimensi service quality, yaitu : *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*.

Hotel Apita Green merupakan salah satu perusahaan jasa dibidang perhotelan yang menyediakan jasa penginapan, yang memberikan kepuasan pada konsumennya. Selain itu Hotel Apita Green merupakan perusahaan yang memberikan fasilitas-fasilitas hiburan seperti : River pool and whire pool, “Mithas” pub karaoke & resto, dan fasilitas hiburan lainnya.

Dari hasil perhitungan dan pengolahan data dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 11.5 dapat disimpulkan bahwa hubungan antara Kualitas pelayanan dengan Kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang kuat. Hal ini dapat dilihat dari hasil perhitungan korelasi Rank Spearman yaitu $rs = 0.693$

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin besar kualitas pelayanan yang dimiliki perusahaan, akan memungkinkan meningkatkan kepuasan pelanggan/konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, hendaknya perusahaan harus lebih memperhatikan lagi kualitas pelayanan yang dimiliki agar dapat meningkatkan kepuasan konsumennya.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv

BAB I PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Identifikasi Masalah	3
1.3	Maksud dan Tujuan	3
1.4	Kegunaan Penelitian	4
1.5	Kerangka Pemikiran dan Hipotesis	4
1.6	Metode Penelitian	9
	1.6.1 Definisi Variabel	9
	1.6.2 Operasional Variabel	10
	1.6.3 Metode Pengumpulan Data	14
	1.6.4 Teknik Pengumpulan Data	14
	1.6.5 Sampel	15
	1.6.6 Teknik Pengolahan Data	16
	1.6.7 Metode Analisis Data	18
	1.6.7.1 Analisis Korelasi Spearman	18
	1.6.7.2 Observasi Berangka Sama	19
	1.6.7.3 Analisis Koefisien Determinasi	21

1.6.7.4 Pengujian Hipotesis

1.7	Lokasi Penelitian	23
-----	-------------------	----

BAB II **TINJAUAN PUSTAKA**

2.1	Konsep Inti Pemasaran	24
2.2	Pemasaran dan Manajemen Pemasaran	28
2.2.1	Pengertian Pemasaran	28
2.2.2	Manajemen Pemasaran	29
2.3	Jasa	30
2.3.1	Konsep dan Pengertian Jasa	30
2.3.2	Karakteristik Jasa	31
2.3.3	Bauran Pemasaran Jasa	35
2.3.4	Klasifikasi Jasa	38
2.3.5	Dimensi Kualitas Jasa	40
2.3.6	Mengelola Produktifitas Jasa	44
2.3.7	Desain dan Tata Letak Fasilitas Jasa	46
2.3.7.1	Desain Fasilitas Jasa	46
2.3.7.2	Tata Letak Fasilitas Jasa	48
2.4	Kualitas	50
2.4.1	Pengertian Kualitas	50
2.4.2	Pengertian Kualitas Jasa (<i>Service Quality</i>)	51
2.4.3	Elemen-Elemen Penilaian <i>Service Quality</i>	54
2.4.4	Kesenjangan Dalam Penyampaian Jasa	55

2.5	Perilaku Konsumen	58
2.5.1	Definisi Perilaku Konsumen	58
2.5.2	Faktor – faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen	58
2.5.3	Keputusan Pembelian Konsumen	62
2.6	Kepuasan	64
2.6.1	Pengertian Kepuasan	64
2.6.2	Pengertian Kepuasan Konsumen	64
2.6.3	Mengukur Kepuasan Konsumen	66
2.6.4	Strategi Kepuasan Konsumen	69
2.6	Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen	75
2.7	Hotel	78
2.7.1	Pengertian Hotel	78
2.7.2	Pengelompokan Hotel	78

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1	Sejarah Singkat Perusahaan	81
3.2	Struktur Organisasi	82
3.2.1	Job Description	83
3.3	Aktivitas Perusahaan	87
3.4	Aktivitas Pemasaran	88
3.4.1	Fasilitas / Produk	88
3.4.2	Tingkatan Harga Produk	90
3.4.3	Promosi Produk	91

3.5	Aktivitas Keuangan	91
3.5.1	Permodalan	91
3.6	Aktivitas Sumber Daya Manusia	92
3.6.1	Rekrutmen Karyawan	92
3.6.2	Pelatihan dan Pengembangan Karyawan	93
3.6.3	Pemeliharaan Sumber Daya Manusia	93
3.7	Operasional	94
3.7.1	Aktivitas Operasional	94
BAB IV	HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil Penelitian dan Pembahasan	96
4.1.1	Gambaran Umum Responden	96
4.2	Analisis Terhadap Tanggapan Pelanggan Pada Masing -Masing Komponen Dimensi Kualitas Jasa	102
4.2.1	Analisis Tanggapan Responden Pada Dimensi <i>Tangible</i>	102
4.2.2	Analisis Tanggapan Responden Pada Dimensi <i>Reliability</i>	107
4.2.3	Analisis Tanggapan Responden Pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	111
4.2.4	Analisis Tanggapan Responden Pada Dimensi <i>Assurance</i>	115
4.2.5	Analisis Tanggapan Responden Pada Dimensi <i>Emphaty</i>	119

4.3	Analisis Terhadap Kepuasan Pelanggan	
	Hotel Apita Green	123
4.3.1	Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Yang Diberikan Oleh Hotel Apita Green Dengan Keinginan Konsumen	123
4.3.2	Analisis Kepuasan Konsumen terhadap Keinginan Membawa Kembali Keluarga Menginap Di Hotel Apita Green	124
4.3.3	Analisis Mengenai Keinginan Untuk Datang Menginap Saat Mendengar / Mengenal Nama Hotel Apita Green	125
4.3.4	Analisis Tanggapan Apakah Ada Pengaruh Orang Lain Terhadap Konsumen Pada Saat Memutuskan Untuk Menggunakan Jasa Hotel Apita Green	127
4.3.5	Analisis Tanggapan Kepuasan Konsumen Terhadap Keinginan Untuk Datang Menginap Saat Mengadakan Perjalanan Liburan Ke Cirebon	128
4.4	Analisis Statistik Hubungan Kualitas Pelayanan Hotel Apita Green Dengan Tingkat Kepuasan Pelanggan	129
4.4.1	Analisis Pengolahan Dengan SPSS	131

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan	133
5.2	Saran	135

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Model Kepuasan Pelanggan	6
Tabel 1.2	Operasional Variabel	10
Tabel 1.3	Skala Penilaian Jawaban Angket	17
Tabel 1.4	Batas-batas Nilai Korelasi Menurut Champion	20
Tabel 3.2	Tingkatan Harga Produk	90
Tabel 4.1	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	96
Tabel 4.2	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Usia	97
Tabel 4.3	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Profesinya	98
Tabel 4.4	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pendapatan Atau Uang Saku yang Diterima Tiap Bulan	99
Tabel 4.5	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Atas Daerah Asal Tinggal Konsumen	100
Tabel 4.6	Gambaran Umum Responden Berdasarkan Pengetahuan Mereka Atas Keberadaan Daripada Hotel Apita Green	101
Tabel 4.7	Lingkungan Hotel Yang Bersih Dan Rapih.	103
Tabel 4.8	Ruangan Hotel yang Memadai	104
Tabel 4.9	Harga Sewa yang Berasing	105
Tabel 4.10	Ketersediaan Fasilitas Hotel yang lengkap dan Bagus	106
Tabel 4.11	Penanganan Keluhan yang Cukup Cepat	107
Tabel 4.12	Kemudahan Dalam Mendapatkan Fasilitas Hotel Dengan Cepat	108

Tabel 4.13	Pemahaman Karyawan Terhadap Suatu Produk Yang Sudah Cukup Baik	109
Tabel 4.14	Pemberian Paket atau Program Yang Menguntungkan	110
Tabel 4.15	Kemudahan Dalam Mendapatkan Pelayanan Dari Karyawan	111
Tabel 4.16	Komunikasi Karyawan Yang Cukup Baik	112
Tabel 4.17	Karyawan Yang Cepat Tanggap	113
Tabel 4.18	Kemampuan Karyawan Dalam Menyelesaikan Keluhan	114
Tabel 4.19	Sistem Tarif Yang Sesuai Ketentuan	115
Tabel 4.20	Tersedianya Tempat Parkir Yang Luas	116
Tabel 4.21	Tersedianya Informasi Mengenai Fasilitas Yang Tersaji Dengan Jelas	117
Tabel 4.22	Kesopanan Karyawan Yang Cukup Baik	118
Tabel 4.23	Sistem Pemesanan Kamar Yang Mudah	119
Tabel 4.24	Keramahan Karyawan Yang Membuat Konsumen Tidak Ragu Untuk Meminta Bantuan	120
Tabel 4.25	Kepedulian / Perhatian Pimpinan dan Karyawan Yang cukup Tinggi	121
Tabel 4.26	Kesiapan Pimpinan Dan Karyawan Dalam Memberikan Informasi	122
Tabel 4.27	Kesesuaian Pelayanan Yang Diberikan Oleh Hotel Apita Green Dengan Keinginan Pelanggan	124
Tabel 4.28	Tanggapan Responden Terhadap Keinginan Membawa Kembali Keluarga Menginap Di Hotel Apita Green	125

Tabel 4.29	Keinginan Untuk Datang Menginap	
	Saat Mendengar / Menenal Nama Hotel Apita Green	126
Tabel 4.30	Pengaruh Orang Lain Terhadap Konsumen	
	Pada Saat Memutuskan Untuk	
	Menggunakan Jasa Hotel Apita Green	127
Tabel 4.31	Keinginan Untuk Datang Menginap	
	Saat Mengadakan Perjalanan Liburan Ke Cirebon	128
Tabel 4.32	Hasil Kuesioner	129
Tabel 4.33	Analisa SPSS	131

Daftar Gambar

Gambar 2.1	Konsep Inti Pemasaran	27
Gambar 2.2	Karakteristik Jasa	33
Gambar 2.3	Tiga Jenis Pemasaran dalam Industri Jasa	35
Gambar 2.4	Bauran Pemasaran Jasa	38
Gambar 2.5	Model Kualitas Jasa (GAP Model)	57
Gambar 2.6	Konsep Kepuasan Pelanggan	66
Gambar 2.7	Proses Penanganan Keluhan Yang Efektif	73
Gambar 2.8	Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Harapan (E) dan Kenyataan (P)	76
Gambar 3.1	Struktur Organisasi Hotel Apita Green	82