

ABSTRAK

Saat ini Grand Hotel Preanger menempati posisi sebagai salah satu hotel bintang 5 di Bandung, terletak di pusat kota Bandung, sehingga memudahkan bagi para tamu dan pebisnis untuk melakukan aktivitas di kota Bandung. Grand Hotel Preanger menyadari bahwa hotel ini mendapatkan kesulitan dalam mencari dan mempertahankan pelanggan untuk menginap kembali, dikarenakan banyaknya hotel-hotel bertaraf internasional maupun nasional menawarkan fasilitas untuk menarik konsumen di kota Bandung. Data statistik “Laporan Kunjungan Tamu Mancanegara & Nusantara” manajemen hotel diketahui presentase rata-rata kamar yang terjual oleh pelanggan (konsumen yang menginap kembali) di tahun 2003 pada bulan Januari sebesar 66.51% dan mengalami penurunan pada bulan-bulan berikutnya. Adanya penurunan konsumen yang menginap kembali di Grand Hotel Preanger, menyebabkan pihak manajemen perlu mengetahui dan memahami komponen tingkat pemenuhan harapan konsumen yang tepat diarahkan kepada kebutuhan dan keinginan para konsumennya, karena diharapkan akan berdampak positif terhadap loyalitas konsumen yang dapat memberikan keuntungan bagi hotel.

Maka dilakukannya suatu penelitian untuk mengidentifikasi variabel-variabel tingkat pemenuhan harapan konsumen yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Penulis menggunakan teori yang dikemukakan oleh Prof. Dr. H. Buchari Alma (2004) yang terdiri dari lima unsur, yaitu *Equity*, *Energy*, *Experience*, *Services*, *People*, dan *Price*. Penulis juga menggunakan teori yang sama dikemukakan oleh Prof. Dr. H. Buchari Alma (2004) mengenai loyalitas yang ditentukan oleh pembelian ulang, penolakan pesaing, tidak terpengaruh terhadap daya tarik barang lain, dan frekuensi rekomendasi kepada orang lain.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner yang diberikan kepada tamu yang menginap sebagai responden dengan menggunakan *sampling jenuh*. Pengolahan data selanjutnya menggunakan software *Statistical Product and Service Solution* (SPSS) versi 12.0 yang terdiri dari uji validitas, reliabilitas, analisis faktor dan multi regresi linier. Dari hasil pengolahan data diketahui terdapat 18 faktor baru yang berpengaruh terhadap loyalitas konsumen, yaitu Pemenuhan Harapan Atas: layanan yang akurat, kemudahan yang diberikan, nuansa Bandung tempo dulu, ganti rugi atas kesalahan dari hotel, menu makanan dan minuman yang lengkap, tanggap terhadap kebutuhan, kemudahan yang dicapai, kemudahan di fasilitas kamar, citra hotel bintang lima, harga sesuai fasilitas hotel bintang lima, kualitas makanan dan minuman, kemudahan komunikasi, layanan sesuai kebutuhan, keamanan barang, keramahan dari karyawan, sarana hiburan sesuai hotel bintang lima, bersih dan kecepatan bantuan. Dimana hasil multi linier regresi diperoleh 5 faktor tingkat pemenuhan harapan konsumen yang paling berpengaruh signifikan terhadap loyalitas konsumen yaitu keramahan dari karyawan, harga sesuai fasilitas hotel bintang lima, kemudahan di fasilitas kamar, kemudahan yang dicapai dan menu makanan dan minuman yang lengkap.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR RUMUS	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1-1
1.2 Identifikasi Masalah	1-2
1.3 Pembatasan Masalah	1-3
1.4 Perumusan Masalah	1-4
1.5 Tujuan Penelitian	1-4
1.6 Sistematika Penelitian	1-4
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Pengertian Hotel.....	2-1
2.2 Pengertian Jasa	2-2
2.3 Karakteristik Jasa	2-3
2.4 Klasifikasi Jasa.....	2-4
2.5 Kepuasan Pelanggan	2-5
2.6 Mengukur dan Meningkatkan Kualitas Jasa Hotel	2-6
2.6.1 Nilai Pelanggan	2-6
2.6.2 Loyalitas Konsumen	2-7
2.6.2.1 Karakteristik Loyalitas Konsumen.....	2-8
2.6.2.1 Peningkatan Loyalitas Konsumen.....	2-8
2.6.2.2.1 <i>Suspects ke Qualified Prospects</i>	2-11
2.6.2.2.2 <i>Q-F ke First Time Buyers</i>	2-13

2.6.2.2.3	<i>F-T-B ke Repeat Customers</i>	2-14
2.6.2.2.4	<i>Repeat Customers ke Loyal Clients</i>	2-16
2.6.2.2.5	<i>Loyal Clients ke Advocates</i>	2-19
2.7	Teknik Pengumpulan Data	2-20
2.7.1	Wawancara	2-20
2.7.2	Observasi	2-21
2.7.3	Kuesioner	2-21
2.8	Populasi dan Sampel	2-21
2.9	Menentukan Ukuran Sampel	2-23
2.10	Skala Pengukuran	2-24
2.11	Validitas dan Reliabilitas	2-27
2.11.1	Pengujian Validitas Instrumen	2-27
2.11.1.1	Pengujian Validitas Konstruks Sampel	2-28
2.11.1.2	Pengujian Validitas Isi	2-28
2.11.1.3	Pengujian Validitas Eksternal	2-29
2.11.2.	Pengujian Reliabilitas Instrumen	2-29
2.11.2.1	<i>Internal Consistency</i>	2-29
2.11.2.2	<i>Test-retest</i>	2-30
2.11.2.3	<i>Equivalen</i>	2-30
2.11.2.4	Gabungan	2-30
2.12	Analisis Faktor	2-31
2.12.1	Model Matematik Analisis Faktor	2-31
2.12.2	Tahap Analisis Faktor	2-33
2.13	Perhitungan Multiple Regresi Linier	2-36
2.14	Rangkuman Tinjauan Kepustakaan	2-36
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN		
3.1	Penentuan Objek Penelitian	3-1
3.2	Studi Pendahuluan	3-1
3.3	Perumusan Masalah	3-1
3.4	Penentuan Tujuan Penelitian	3-4
3.5	Studi Pustaka	3-4

3.6	Wawancara Awal	3-4
3.7	Penentuan Model Penelitian	3-4
3.8	Menjabarkan Model Penelitian	3-5
3.8.1	Tingkat Pemenuhan Harapan Konsumen.....	3-5
3.8.2	Variabel Loyalitas Konsumen.....	3-6
3.9	Membuat Kuesioner	3-7
3.10	Validasi Internal.....	3-7
3.11	Uji Coba Kuesioner.....	3-7
3.12	Teknik Sampling	3-8
3.13	Pengumpulan Data	3-8
3.14	Pengolahan Data	3-8
3.14.1	Uji Validitas Eksternal dan Internal.....	3-8
3.14.1.1	Uji Validitas Eksternal	3-8
3.14.1.2	Uji Reliabilitas	3-8
3.14.2	Analisis Faktor	3-10
3.14.3	Perhitungan Multi Regresi Linier.....	3-12
3.15	Analisis Hasil Pengolahan Data.....	3-13
3.16	Kesimpulan	3-13
3.17	Pengembangan Usulan.....	3-13
3.18	Penulisan Skripsi.....	3-13
BAB 4 PENGUMPULAN DATA		
4.1	Data Umum Perusahaan.....	4-1
4.1.1	Sejarah Singkat Perusahaan	4-1
4.1.2	Struktur Organisasi Grand Hotel Preanger	4-3
4.2	Pengumpulan Data Awal	4-3
4.3	Validasi Internal.....	4-8
4.3.1	Desain Kuesioner	4-8
4.3.3	Uji Coba Kuesioner.....	4-9
4.4	Teknik Sampling	4-9
4.4.1	Populasi.....	4-9
4.4.2	Ukuran Sampel.....	4-9

4.4.3	Metode Sampling	4-10
4.4.4	Pemeriksaan Kuesioner	4-10
4.5	Tabel Data Mentah	4-10
BAB 5 PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS		
5.1	Analisis Validitas dan Reliabilitas	5-1
5.1.1	Pengembangan Instrumen	5-1
5.1.2	Analisis Validitas Internal	5-1
5.1.3	Uji Coba Kuesioner	5-2
5.1.4	Analisis Validitas dan Reabilitas (Data Keseluruhan)	5-4
5.1.4.1	Analisis Validitas	5-4
5.1.4.2	Analisis Reliabilitas	5-7
5.2	Analisis Komponen Faktor	5-7
5.2.1	Analisis Nilai KMO (<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i>)	5-10
5.2.2	Analisis <i>Communalities</i>	5-11
5.2.3	Analisis <i>Total Variance Explained</i>	5-13
5.2.4	Hasil Validasi Internal Tingkat Pemenuhan Harapan Konsumen	5-13
5.3	Revisi Analisis Validasi Internal	5-13
5.3.1	Analisis Nilai KMO (<i>Kaiser-Meyer-Olkin</i>)	5-13
5.3.2	Analisis <i>Communalities</i>	5-14
5.3.3	Analisis <i>Total Variance Explained</i>	5-15
5.3.4	Hasil Validasi Internal Tingkat Pemenuhan Harapan Konsumen	5-16
5.3.5	Analisis <i>Component Matrix</i>	5-16
5.4	Analisis Regresi Linier	5-16
5.4.1	Interpretasi Hasil Uji Z dan Nilai R^2	5-17
5.4.2	Interpretasi Hasil Uji F	5-18
5.4.3	Uji Signifikansi	5-20
5.5	Hasil Analisis Regresi	5-25
5.6	Pengembangan Usulan	5-27

BAB 6 PENUTUP

6.1 Kesimpulan	6-1
6.2 Saran.....	6-1
6.2.1 Saran Untuk Grand Hotel Preanger.....	6-2
6.2.2 Saran Untuk Penelitian Lebih Lanjut.....	6-3

DAFTAR PUSTAKA	xvi
----------------------	-----

LAMPIRAN

KOMENTAR DOSEN PENGUJI

DATA PENULIS

DAFTAR TABEL

Tabel	Judul	Halaman
5.1	Hasil Perhitungan Validitas (30 Data)	5 – 2
5.1	Hasil Perhitungan Validitas (30 Data) (Lanjutan)	5 – 3
5.2	Hasil Perhitungan Reliabilitas (30 Data)	5 – 4
5.3	Hasil Perhitungan Validitas (Keseluruhan)	5 – 5
5.3	Hasil Perhitungan Validitas (Keseluruhan)(Lanjutan)	5 – 6
5.4	Hasil Perhitungan Reliabilitas	5 – 7
5.5	Total Skor Jawaban tiap Item Pertanyaan	5 – 9
5.5	Total Skor Jawaban tiap Item Pertanyaan (Lanjutan)	5 – 10
5.6	Nilai KMO Tingkat Pemenuhan Harapan Konsumen	5 – 11
5.7	Nilai <i>Communalities</i> Tingkat Pemenuhan Harapan Konsumen	5 – 12
5.8	Nilai KMO Tingkat Pemenuhan Harapan Konsumen	5 – 14
5.9	Nilai <i>Communalities</i> Tingkat Pemenuhan Harapan Konsumen	5 – 15
5.10	Tabel <i>R Square</i>	5 – 18
5.11	Tabel ANOVA	5 – 19
5.12	Tabel <i>Coefficients</i>	5 – 20

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Judul	Halaman
2.1	Tingkat Pemenuhan Harapan Konsumen	2 – 6
2.2	<i>Profit Generator System</i>	2 – 9
3.1	Skema Langkah-Langkah Penelitian	3 – 2
3.1	Skema Langkah-Langkah Penelitian (Lanjutan)	3 – 3
3.2	Model Penelitian	3 – 5
5.1	Skala Skor Jawaban Responden	5 – 8
5.2	Wilayah Kritik Uji Z	5 – 19
5.3	Wilayah Kritik Uji F	5 – 20

DAFTAR RUMUS

Rumus	Judul	Halaman
5.1	Interpolasi	5 – 5
5.2	Interpretasi Hasil Uji Z dan Nilai R^2	5 – 18
5.3	Interpolasi	5 – 20
5.4	Persamaan regresi	5 - 29

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Judul	Halaman
A	Kuesioner Awal	LA-1
B	Struktur Organisasi	LB-1
C	Kuesioner	LD-1
D	Data Mentah	LE-1
E	Tabel Nilai t Distribution	LF-1
F	Tabel Nilai F Distribution	LG-1
G	Hasil Analisis Faktor	LH-1
H	Hasil Multi Regresi Linier	LI-1
I	Kisi-Kisi Indikator	LJ-1
J	Model Revisi Tingkat Pemenuhan Harapan Konsumen	LK-1