

## ABSTRAK

*Persaingan bisnis perhotelan di Bandung semakin ketat. Pengelola hotel berlomba merancang kualitas pelayanan untuk menarik konsumen, karena konsumen memegang peranan penting bagi eksistensi hotel. Semakin banyak konsumen yang merasa puas terhadap kualitas pelayanannya, maka hotel akan semakin bertahan dan dapat bersaing dengan hotel lain.*

*Judul penelitian ini adalah “**Survei mengenai Tingkat Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan di Hotel “X”, Bandung**”. Tujuan penelitian ini adalah memperoleh gambaran yang lebih mendalam mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap dimensi-dimensi kualitas pelayanan di Hotel “X”, Bandung.*

*Metode yang digunakan dalam penelitian adalah survei. Survei dilakukan di Hotel “X”, Bandung dengan menggunakan alat ukur **SERVQUAL** dari **Zeithalm**. Alat ukur berupa **kuesioner kepuasan konsumen** yang sudah dimodifikasi oleh peneliti, yang terdiri dari dua bagian, yaitu **expected service** dan **perceived service**. Hasil uji coba alat ukur menunjukkan kuesioner bagian **expected service** memiliki nilai reliabilitas = 0,80 dan nilai rata-rata validitas = 0,61; dan kuesioner bagian **perceived service** memiliki nilai reliabilitas = 0,77 dan nilai rata-rata validitas = 0,62. Teknik sampling yang digunakan adalah **accidental sampling**. Jumlah responden dalam penelitian sebanyak 40 responden dengan kriteria di atas 18 tahun dan menginap min. satu malam di Hotel “X”, Bandung pada bulan November-Desember tahun 2005.*

*Berdasarkan hasil analisis data dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden (50%) merasa tidak puas dengan kualitas pelayanan di Hotel “X”, Bandung; dan hasil analisis berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan menunjukkan mayoritas responden (67,5%) merasakan ketidakpuasan pada dimensi **responsiveness**.*

*Berdasarkan hasil tersebut, peneliti menyarankan untuk penelitian selanjutnya membandingkan tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan antar hotel dan pengaruh pada tiap dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan, terutama pada dimensi **responsiveness**. Peneliti juga menyarankan kepada pihak Hotel “X”, Bandung untuk memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen demi eksistensi hotel.*

# DAFTAR ISI

	7
<b>ABSTRAK</b> .....	i
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	ii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	viii
<b>DAFTAR BAGAN</b> .....	ix
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	6
1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian .....	6
1.3.1. Maksud Penelitian .....	6
1.3.2. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Kegunaan Penelitian .....	6
1.4.1. Kegunaan Teoritis .....	6
1.4.2. Kegunaan Praktis .....	7
1.5. Kerangka Pemikiran .....	7
1.6. Asumsi .....	15
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1. Teori Jasa .....	16
2.1.1. Definisi Jasa .....	16
2.1.2. Kualitas Jasa .....	17
2.1.2.1. <i>Expected Service</i> .....	17
2.1.2.2. <i>Perceived Service</i> .....	20
2.1.3. Model Kualitas Jasa .....	22
2.1.4. Dimensi Kualitas Jasa .....	22
2.2. Teori Kepuasan Konsumen .....	23
2.2.1. Definisi Kepuasan Konsumen .....	23
2.2.2. Tingkat Kepuasan Konsumen .....	25

2.2.3. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen .....	26
2.3. Teori Kebutuhan .....	28
2.3.1. Teori Kebutuhan Murray .....	28
2.3.2. Macam-macam Kebutuhan .....	29
2.4. HOTEL “X” .....	29
2.4.1. Definisi Hotel .....	29
2.4.2. Sejarah dan Organisasi Hotel “X” .....	31
2.4.3. Fasilitas dan Pelayanan Hotel “X” .....	34
<b>BAB III. METODOLOGI PENELITIAN</b>	
3.1. Rancangan Penelitian .....	37
3.2. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional .....	37
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
3.3.1. Karakteristik Populasi dan Sampel Penelitian .....	39
3.3.2. Teknik Penarikan Sampel .....	39
3.4. Alat Ukur .....	40
3.4.1. Kuesioner Kepuasan Konsumen .....	40
3.4.2. Kisi-kisi Alat Ukur .....	42
3.4.3. Data Penunjang .....	42
3.5. Uji Coba Alat Ukur .....	43
3.5.1. Validitas Alat Ukur .....	43
3.5.2. Reliabilitas Alat Ukur .....	44
3.5.3. Hasil Uji Coba Alat Ukur .....	46
3.6. Teknik Analisis .....	46

**BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil .....	48
4.1.1. Analisis <i>Gap</i> secara Umum .....	48
4.1.2. Analisis <i>Gap</i> berdasarkan Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan .....	49
4.2. Pembahasan .....	49

**BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	63
5.2. Saran .....	64
5.2.1. Saran Praktis .....	64
5.2.2. Saran Teoritis .....	65

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	66
-----------------------------	----

<b>DAFTAR RUJUKAN</b> .....	67
-----------------------------	----

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Pergantian Pimpinan Hotel “X” .....	31
Tabel 3.1. Operasionalisasi Variabel Penelitian .....	38
Tabel 3.2. Indikator-indikator dan Nomor Item-item Pernyataan Kuesioner Kepuasan Konsumen .....	41
Tabel 3.3. Alternatif Jawaban .....	41
Tabel 3.4. Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen .....	47
Tabel 4.1. Gambaran Tingkat Kepuasan Konsumen secara Umum .....	48
Tabel 4.2. Gambaran Tingkat Kepuasan Konsumen pada Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan .....	49

## DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1. Bagan Kerangka Pemikiran .....	14
Bagan 3.1. Rancangan Penelitian .....	37