

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan hotel 'X' di kota Bandung. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan memperoleh gambaran secara detil mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan hotel 'X' melalui dimensi-dimensi dalam kualitas pelayanan.

Penelitian ini menggunakan teori kepuasan konsumen dari Kotler dan dimensi-dimensi kualitas pelayanan dari Zeithaml.

Sampel penelitian ini adalah tamu hotel yang pernah atau sedang menginap di hotel 'X'. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah accidental sampling dan sampel dalam penelitian ini berjumlah 80 orang. Alat ukur yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen merupakan modifikasi peneliti dari SERVQUAL (A Multidimensional Scale to Capture Customer Perception and Expectation of Service Quality) dan terdiri dari 49 item. Pengolahan data menggunakan program SPSS 15.0. Pada Perceived Service, diketahui validitas alar ukur berkisar antara 0.316-0.836 dengan reliabilitas 0.735 yang berarti mempunyai kriteria tinggi. Sedangkan pengolahan data pada Expected service, diketahui validitas berkisar antara 0.308-0.784 dengan reliabilitas 0.681 yang berarti mempunyai kriteria sedang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa konsumen hotel 'X' merasa tidak puas pada keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel 'X' pada saat hari raya Idul Fitri. Ketidakpuasan paling menonjol pada dimensi reliability dan responsiveness, kemudian diikuti dengan dimensi emphaty, assurance dan tangible.

Kesimpulan pada penelitian ini adalah konsumen hotel 'X' merasa tidak puas pada keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh hotel 'X' pada saat hari Raya Idul Fitri. Peneliti mengajukan saran kepada manajemen hotel untuk memberikan feedback pada karyawan agar lebih tanggap dalam melayani konsumen dan juga kepada penelitian lanjutan untuk meneliti mengenai kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan di hotel 'X' setelah dilaksanakan perbaikan-perbaikan pada seluruh dimensi kualitas pelayanan atau dilakukan penelitian mengenai kepuasan konsumen hotel 'X' pada hari-hari biasa.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR BAGAN	ix
DAFTAR LAMPIRAN	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian	7
1.3.1 Maksud Penelitian	7
1.3.2 Tujuan Penelitian	7
1.4 Kegunaan Penelitian	8
1.5 Kerangka Pemikiran	8
1.6 Asumsi	17
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	18
2.1 Kepuasan Konsumen	18
2.1.1 Definisi Kepuasan Konsumen	18
2.1.2 Tingkat Kepuasan Konsumen	19
2.2 Jasa	22
2.2.1 Definisi Jasa	22
2.2.2 Kualitas Jasa	25
2.2.3 Model Kualitas Jasa	30
2.1.4 Dimensi Kualitas Jasa	31
2.2.1 Definisi Kepuasan Konsumen	27

2.3	Persepsi	31
2.3.1	Definisi Persepsi	31
2.3.2	Proses Terbentuknya Persepsi	32
2.3.3	Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Proses Persepsi	33
2.3.3.1	Faktor Internal	33
2.3.3.2	Faktor Eksternal	34
2.3.4	Aspek-Aspek Dalam Persepsi	34
2.3.5	Persepsi Terhadap Pelayanan	35
BAB III. METODOLOGI PENELITIAN		37
3.1	Rancangan Penelitian	37
3.2	Bagan Rancangan Penelitian	37
3.3	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	38
3.3.1	Variabel Penelitian	38
3.3.2	Definisi Operasional	38
3.4	Alat Ukur	39
3.4.1	Kuesioner Kepuasan Konsumen	39
3.4.2	Data Pribadi dan Data Penunjang	41
3.4.3	Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	42
3.4.3.1	Validitas Alat Ukur	42
3.4.3.2	Reliabilitas Alat Ukur	43
3.5	Populasi dan Teknik Penarikan Sampel	44
3.5.1	Populasi	44
3.5.2	Karakteristik Populasi	45
3.5.3	Teknik Penarikan Sampel	45
3.6	Teknik Analisis	45
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1	Gambaran Responden	47
4.1.1	Gambaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	47
4.1.2	Gambaran Responden Berdasarkan Usia	48

4.1.3	Gambaran Responden Berdasarkan Pekerjaan	48
4.1.4	Gambaran Responden Berdasarkan Penghasilan	49
4.1.5	Gambaran Responden Berdasarkan Intensitas Menginap	50
4.2	Hasil Utama	51
4.2.1	Analisis Gap Secara Umum	51
4.2.2	Analisis Gap Berdasarkan Dimensi-Dimensi Kualitas Pelayanan	52
4.2.2.1	Kepuasan Konsumen Hotel 'X' Pada Dimensi <i>Tangible</i>	52
4.2.2.2	Kepuasan Konsumen Hotel 'X' Pada Dimensi <i>Reliability</i>	52
4.2.2.3	Kepuasan Konsumen Hotel 'X' Pada Dimensi <i>Assurance</i>	53
4.2.2.4	Kepuasan Konsumen Hotel 'X' Pada Dimensi <i>Responsiveness</i>	53
4.2.2.5	Kepuasan Konsumen Hotel 'X' Pada Dimensi <i>Emphaty</i>	54
4.3	Pembahasan	54
BAB V. KESIMPULAN dan SARAN		62
5.1	Kesimpulan	62
5.2	Saran	63
5.2.1	Saran Praktis	63
5.2.2	Saran Teoritis	64
DAFTAR PUSTAKA		65
DAFTAR RUJUKAN		66
LAMPIRAN		67

DAFTAR TABEL

Tabel 3.4a Skala Penilaian	40
Tabel 3.4b Indikator dan Nomor Item Alat Ukur	41
Tabel 3.6 Kriteria Tingkat Kepuasan Konsumen	46
Tabel 4.1.1 Gambaran responden berdasarkan jenis kelamin	47
Tabel 4.1.2 Gambaran responden berdasarkan usia	48
Tabel 4.1.3 Gambaran responden berdasarkan pekerjaan	48
Tabel 4.1.4 Gambaran responden berdasarkan penghasilan responden	49
Tabel 4.1.5 Gambaran responden berdasarkan intensitas menginap	50
Tabel 4.2.1 Gambaran tingkat kepuasan konsumen secara umum	51
Tabel 4.2.2.1 Gambaran tingkat kepuasan pada dimensi <i>Tangible</i>	52
Tabel 4.2.2.2 Gambaran tingkat kepuasan pada dimensi <i>Reliability</i>	52
Tabel 4.2.2.3 Gambaran tingkat kepuasan pada dimensi <i>Assurance</i>	53
Tabel 4.2.2.4 Gambaran tingkat kepuasan pada dimensi <i>Responsiveness</i>	53
Tabel 4.2.2.5 Gambaran tingkat kepuasan pada dimensi <i>Emphaty</i>	54

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Bagan Kerangka Pemikiran	15
Bagan 3.2 Bagan Rancangan Penelitian	37

DAFTAR LAMPIRAN

A. Kisi-Kisi Alat Ukur	67
B. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur	68
C. Kuesioner Kepuasan Konsumen, Data Pribadi dan Data Penunjang	73
D. Tabel Hasil <i>Expected Service</i> , <i>Perceived Service</i> dan gap	82
E. Tingkat Kepuasan Konsumen	100
F. Tabulasi Silang Antara Kepuasan Konsumen dengan Data Pribadi	101
G. Tabulasi Silang Antara Kepuasan Konsumen dengan Data Penunjang	104
H. Data Analisis Item dari Kepuasan Konsumen Hotel 'X'	112