

ABSTRAK

Pesatnya perkembangan Hotel disebabkan karena pola kehidupan masyarakat yang juga berubah. Orang-orang, khususnya di kota besar, dengan berbagai kesibukannya sering mempunyai waktu bepergian ke luar kota untuk dinas, main dan lain-lain. Selain itu juga Hotel digunakan sebagai tempat untuk bersosialisasi, untuk bersantai, berekreasi sambil melepas kejenuhan.

Bagi perusahaan hotel, hal ini bisa menjadi peluang bisnis yang paling menguntungkan sekaligus bisa juga menjadi ancaman. Hal tersebut menjadi menguntungkan apabila hotel bisa menangkap keinginan dan kebutuhan dari konsumen dan berusaha untuk memenuhinya dengan baik sehingga konsumen menjadi puas. Hal tersebut menjadi ancaman apabila hotel tidak bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen menjadi tidak puas. Konsumen yang tidak puas bisa saja tidak mau datang lagi, dan yang lebih parah apabila konsumen tersebut menceritakan kepada teman-temannya tentang pengalamannya menginap di hotel x sehingga bisa mempengaruhi teman-temannya untuk tidak datang ke hotel tersebut.

Mengetahui apa yang dibutuhkan dan diinginkan konsumen bisa mendatangkan keuntungan bagi perusahaan. Salah satu cara yang bisa digunakan untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen dan memprioritaskan kebutuhan-kebutuhan konsumen secara menyeluruh dan menyatukan kebutuhan-kebutuhan tersebut secara efektif dalam bentuk produk dan pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Hotel Guci sekarang sudah banyak pesaingnya terutama Hotel Hilton yang sekarang sedang dibangun dan akan menjadi pesaing berat sekaligus menjadi ancaman bagi Hotel Guci karena para pendatang dari luar kota akan menginap di Hotel tersebut. Maka dari itu Hotel Guci harus melakukan perubahan terhadap hotelnya sendiri untuk dapat memuaskan para konsumen, sehingga konsumen lebih merasa nyaman dan puas.

Penulis melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner untuk mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen dari suatu hotel beserta tingkat kepentingannya. Agar konsumen mengetahui keberadaan Hotel Guci yang berada di Bandung.

Akhirnya penulis mengharapkan agar saran yang diberikan dapat menjadi masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerjanya sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan terpenuhinya kebutuhan dan keinginan konsumen itu, maka kepuasan konsumen dapat tercapai.

Hubungan antara *service quality* dengan kepuasan pelanggan adalah sebesar 0,54 dan antara *service quality* dengan kepuasan pelanggan terdapat hubungan yang signifikan. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen adalah 29,16 % dan sisanya sebesar 70,84 % dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar kualitas pelayanan.

DAFTAR ISI

	hal
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR GAMBAR.	vi
DAFTAR TABEL.	vii

BAB 1 PENDAHULUAN

1.1	Latar Belakang penelitian	1
1.2	Identifikasi dan Rumusan Masalah.	3
1.3	Tujuan Penelitian	3
1.4	Kegunaan Penelitian	4
1.5	Kerangka Pemikiran.	6
1.6	Hipotesis.	7
1.7	Sistematika Pembahasan.	7

BAB 2 KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN, DAN HIPOTESIS

2.1		Kajian Pustaka .
	9
2.1.1	Pengertian Bauran Pemasaran	10
2.1.2	Pengertian Jasa	14
2.1.3	Karakteristik Jasa.	15
2.1.4	Klasifikasi Jasa.	17
2.2	Pengertian Kualitas	22
2.2.1	Dimensi Kualitas	23
2.2.2	Persepsi Kualitas	24
2.2.3	Pengertian Kualitas Jasa.	26
2.2.4	Kepuasan Konsumen.	27
2.3	Kualitas dengan TQM.	33
2.3.1	Mengukur Kepuasan Pelanggan.	35
2.3.2	Hal-hal yang harus diperhatikan dalam mengukur kepuasan Pelanggan.	36

BAB 3 METODE PENELITIAN

3.1	Sejarah Singkat Hotel Guci.	39
3.2	Fasilitas Perusahaan.	40
3.3	Struktur Organisasi dan Uraian Tugas.	41
3.4	Teknik Pengumpulan Data	45
3.5	Aspek Pemasaran.	46

3.6	Operasional Variabel.	46
BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		

4.1	Profil Responden.	49
4.2	Tanggapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan di... Hotel guci.	51
4.2.1	Dimensi Tampilan Fisik (Tangible).	51
4.2.2	Dimensi Keandalan (Reliability).	53
4.2.3	Dimensi Ketanggapan (Responsiveness).	54
4.2.4	Dimensi Dimensi Jaminan (Assurance).	55
4.2.5	Dimensi Empati (Emphaty).	56
4.3	Kepuasan Responden Terhadap Pelayanan di Hotel Guci. .	57
4.3.1	Dimensi Tampilan Fisik (Tangible).	57
4.3.2	Dimensi Keandalan (Reliability).	59
4.3.3	Dimensi Ketanggapan (Responsiveness).	60
4.3.4	Dimensi Dimensi Jaminan (Assurance).	61
4.3.5	Dimensi Empati (Emphaty).	62
4.4	Pengaruh Kualitas Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Guci.	63

BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN

5.1	Kesimpulan.	66
5.2	Saran.	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

2.1	Konsep Kepuasan Pelanggan.	29
-----	------------------------------------	----

DAFTAR TABEL

3.6	Operasional Variabel.	47
4.1.1	Jenis Kelamin Responden.	49
4.1.2	Usia Responden.	49
4.1.3	Pekerjaan Responden.	50
4.1.4	Informasi Responden.	50
4.1.5	Domisili Responden.	51
4.2.1.1	Tanggapan responden mengenai kerapihan penampilan pegawai yang ada di Hotel Guci.	51
4.2.1.2	Tanggapan responden mengenai kelengkapan fasilitas yang berada di dalam kamar Seperti TV, AC, air hangat dan telepon di Hotel Guci.	52
4.2.1.3	Tanggapan responden mengenai kondisi struktur bangunan dan desain Hotel Guci	52
4.2.1.4	Tanggapan responden mengenai fasilitas yang ada di Hotel Guci.	53
4.2.2.1	Tanggapan responden mengenai kehandalan pelayanan di Hotel Guci	53
4.2.2.2	Tanggapan responden mengenai kemampuan Hotel Guci dalam melayani Semua konsumen.	54
4.2.3.1	Tanggapan responden mengenai kecepatan pegawai Hotel Guci dalam Memberikan pelayanan.	54
4.2.3.2	Tanggapan responden mengenai ketanggapan pegawai Hotel Guci pada Permintaan konsumen dalam memberikan pelayanan.	55
4.2.4.1	Tanggapan responden mengenai jaminan penyimpanan barang yang ada di Hotel Guci	55
4.2.4.2	Tanggapan responden mengenai jaminan keamanan yang ada di Hotel Guci.	56
4.2.5.1	Tanggapan responden mengenai pemahaman pegawai terhadap pelayanan Yang dibutuhkan oleh konsumen.	56
4.2.5.2	Tanggapan responden mengenai keramahan dan kesopanan yang ada di Hotel Guci.	57
4.3.1.1	Kepuasan konsumen terhadap kerapihan penampilan pegawai yang ada di Alex Motor.	57
4.3.1.2	Kepuasan responden terhadap kelengkapan fasilitas yang berada di dalam kamar Seperti TV, AC, air hangat dan telepon di Hotel Guci.	58
4.3.1.3	Kepuasan responden terhadap kondisi struktur bangunan dan desain Hotel Guci	58
4.3.1.4	Kepuasan responden terhadap fasilitas yang ada di Hotel Guci	59
4.3.2.1	Kepuasan responden terhadap kehandalan pelayanan di Hotel Guci.	59
4.3.2.2	Kepuasan responden terhadap kemampuan Hotel Guci dalam melayani Semua konsumennya.	60
4.3.3.1	Kepuasan responden terhadap kecepatan pegawai Hotel Guci dalam memberikan pelayanan.	60
4.3.3.2	Kepuasan responden terhadap ketanggapan Hotel Guci pada permintaan Konsumen dalam memberikan pelayanan.	61
4.3.4.1	Kepuasan responden terhadap jaminan penyimpanan barang yang ada di Hotel Guci.	61
4.3.4.2	Kepuasan responden terhadap jaminan keamanan yang ada di Hotel Guci.	62
4.3.5.1	Kepuasan responden terhadap pemahaman pegawai terhadap pelayanan Yang dibutuhkan oleh konsumen.	62

4.3.5.2	Kepuasan responden terhadap keramahan dan kesopanan yang ada di Hotel Guci	63
4.4	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hotel Guci.	63