

**"ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA HOTEL SANTIKA PREMIERE YOGYAKARTA"**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh :**

**MARIA HELENA CHANDRA**

**No. Mhs. : 11084709**

**Program Studi : Manajemen**



**FAKULTAS BISNIS - PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2012**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA HOTEL SANTIKA PREMIERE YOGYAKARTA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen**

**Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta**

**untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat**

**Guna Memperoleh Gelar**

**Sarjana Ekonomi (S1)**

**Disusun oleh :**

**MARIA HELENA CHANDRA**

**No. Mhs. : 11084709**

**Program Studi : Manajemen**



**FAKULTAS BISNIS - PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA**

**YOGYAKARTA**

**2012**

## HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta

Nama : Maria Helena Chandra

NIM : 11084709

Mata Kuliah : Skripsi Kode :  
Semester : Genap Tahun Akademik : 2012/2013

Fakultas : Bisnis

Program Studi : Manajemen

© UKDWN

Yogyakarta,

Telah diperiksa dan disetujui

Dosen Pembimbing Skripsi



( Dra. Ety Istriani, MM. )

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Dipertahankan di Depan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Bisnis  
Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta  
dan Dinyatakan Diterima untuk Memenuhi Sebagian  
Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi**

**Pada Tanggal :**

01 AUG 2012

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Bisnis,



(Dra. Insiwijati Prasetyaningsih, MM.)

Dewan Penguji.

1. Dra. Ety Istriani, MM
2. Drs. Bambang Purnomo Hediono
3. Drs. Andreas Ari Sukoco, MM., M.Min

## HALAMAN PERSEMBAHAN

**Skripsi ini kupersembahkan untuk :**

- ❖ **Tuhan Jesus & Bunda Maria**
- ❖ **My Dad n Mom**
- ❖ **My Sister Conchita Junita Chandra n' My Twins A.  
Dirgahayu Chandra**
- ❖ **My Lovely Dennis Christian Sendow**
- ❖ **Sahabat - sahabat dan teman -temanku tercinta**
- ❖ **Almamaterku Universitas Kristen Duta Wacana**

**KATA MUTIARA**

**”I believe that life Is giving back to you what you sacrifice”**

© UKDW

## KATA PENGANTAR

Segala hormat dan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan karunia-Nya yang begitu besar, sehingga skripsi ini bisa selesai. Sungguh hanya dari anugrah dan mukjizat dari-Nya-lah yang selalu menyertai penulis.

Skripsi dengan judul: **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA HOTEL SANTIKA PREMIERE YOGYAKARTA”**, disusun sebagai syarat kelulusan studi untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada Fakultas Bisnis program studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna karena keterbatasan waktu dan pengalaman yang penulis miliki, namun penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi pembaca dalam memperluas wawasan dan pengetahuan yang ada.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan rasa terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu terselesainya penyusunan skripsi ini. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus dan Bunda Maria yang selalu memberi kekuatan penulis menjalani semua cobaan dalam setiap langkah kehidupan, memberikan berkat-Nya yang melimpah kepada penulis, serta selalu menyadarkan penulis bahwa hidup membutuhkan usaha, kerja keras dan doa dari-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan studi dan penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Ety Istriani, MM selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan petunjuk hingga terselesainya skripsi ini.

Makasih banyak ya bu ☺

3. Almamaterku, Universitas Kristen Duta Wacana sebagai tempat mengabdikan dan menuntut ilmu perkuliahan yang luar biasa. Aku sangat bangga menjadi mahasiswa UKDW.
4. Seluruh Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan dan pendidikan yang penulis peroleh selama menuntut ilmu di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta. Kepada Pak Petra, Pak Jonathan Herdioko, Pak Andreas, Pak Bambang, Pak Hadi Purnomo yang sangat baik dan bijaksana serta sabar, he is my best teacher. Bu Purwani Retno, terima kasih banyak bekal mata kuliah metopen yang sangat membantu dalam penulisan skripsi, bu Insi yang baik dan lucu, bu Umi selaku dosen pembimbing KP saya, makasih bu waktu, segala saran dari ibu dalam membantu saya sehingga terselesainya KP.
5. Papa dan mama tercinta yang telah banyak memberikan dorongan baik berupa moril maupun materiil kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Mungkin dengan ucapan Terima kasih yang setulus - tulusnya yang bisa penulis utarakan untuk sedikit membalas jasa serta pengorbanan papa dan mama selama ini yang telah mendidik, membesarkan, dan menyekolahkan penulis hingga kuliah ini, sehingga penulis dapat meraih gelar sarjana. Semoga ini bisa memberikan kebanggaan tersendiri buat papa dan mama. Dan juga penulis meminta maaf sebesar - besarnya buat mama dan papa, bila selama ini ada kata - kata serta perilaku penulis yang membuat mama dan papa merasa kecewa, karena penulis juga merupakan manusia biasa yang tidak luput dari kesalahan. You are the best parents. kiss n big hug :\*
6. Dua saudaraku yang paling saya sayangi Conchita Junita Chandra n A. Dirgahayu Chandra. Buat kakakQ tersayang terima kasih buat segala doa, nasihat, dorongan dan motivasi serta bantuan selama saya mengalami kesulitan. Buat saudara kembarku A. Dirgahayu Chandra terima kasih buat doa, motivasi, bantuannya, denah tata letak retail



sangat membantu.. hehehe pokok'ny, thanks a lot buat kalian berdua.. Saya sangat bangga memiliki saudara seperti kalian ☺

7. Pacarku,sayangku,"Dennis Christian Sendow". Kaulah sumber inspirasi skripsiku. Makasih banyak ya sayang atas dukungan,doa,serta perhatian yang sangat luar biasa buat aku.. Buat antar jemput'ny sewaktu KP, juga KKN, selama penulisan skripsi dan masih banyak lagi yang tak dapat saya sebutkan satu-persatu. You are is the best in my heart :\*
8. Sahabat2 kampusku, Dewi, yang selalu bareng kuliah, mau jadi teman curhat juga, gila-gilaan bareng n jadi teman pas lagi bete, buat beti, teman seperjuangan dalam menyelesaikan skripsi, makasih buat miscall serta sms buat bangunin aku pas telat konsul, hehehe... buat tiwi n fera juga sinya n enty yang selalu berbagi keceriaan serta hiburan, juga buat teman-teman kost pak mukri, terima kasih buat suka n duka saya selama tinggal bersama kalian, sikap n segala kelakuan kalian yang baik n buruk jadi pengalaman buat saya selama tinggal di jogja.. hehehe... terakhir buat semua teman-teman seangkatan manajemen '08, saya sangat merindukan kalian semua n berharap suatu saat nanti kita bisa bertemu lagi dalam acara reuni dan dikesempatan yang lain. Sukses buat kita semua.. ☺

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran sebagai masukan agar penulis mampu mengembangkan kemampuan diri dan menjadikan penelitian di dalam skripsi ini lebih baik. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat menjadi inspirasi bagi semua pembaca serta bermanfaat bagi masyarakat dan ilmu pengetahuan.

Yogyakarta,

Maria Helena Chandra

## DAFTAR ISI

<b>Halaman Judul</b> .....	i
<b>Halaman Pengajuan</b> .....	ii
<b>Halaman Persetujuan</b> .....	iii
<b>Halaman Pengesahan</b> .....	iv
<b>Halaman Persembahan</b> .....	v
<b>Halaman Kata Mutiara</b> .....	vi
<b>Kata Pengantar</b> .....	vii
<b>Daftar Isi</b> .....	x
<b>Daftar Tabel</b> .....	xiv
<b>Abstrak</b> .....	xv
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Batasan Masalah .....	3
1.4 Tujuan Penelitian .....	4
1.5 Manfaat Penelitian .....	5

## **BAB II LANDASAN TEORI, STUDI PUSTAKA/LITERATUR DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS**

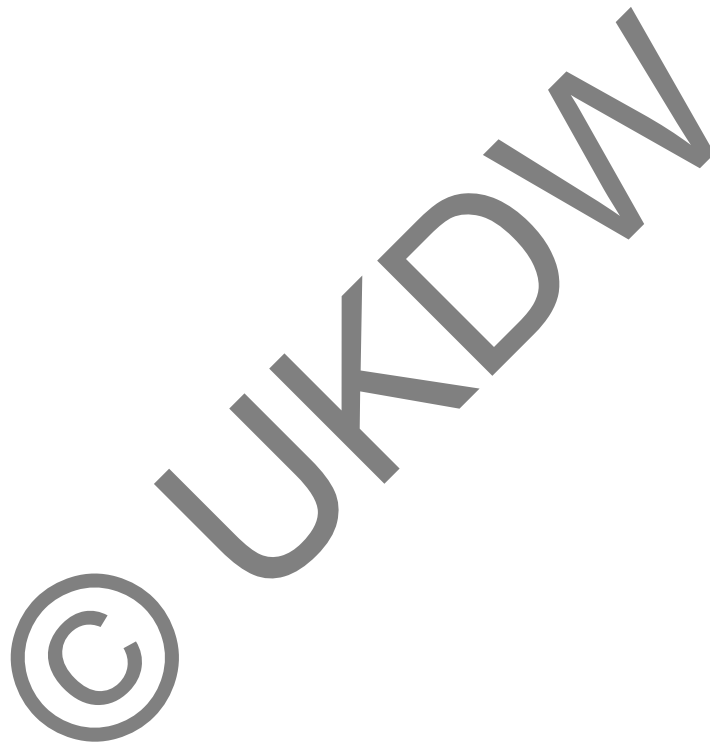
2.1	Pengertian Pemasaran .....	6
2.2	Manajemen Pemasaran .....	7
2.3	Konsep Pemasaran .....	8
2.4	Pengertian Jasa .....	10
2.5.	Klasifikasi Jasa .....	11
2.6	Karakteristik Jasa .....	13
2.7	Sifat-Sifat Khusus Pemasaran Jasa .....	14
2.8	Pemahaman Konsep Kualitas .....	15
2.9	Kualitas Jasa .....	18
2.10	Dimensi Kualitas Pelayanan (SERVQUAL) .....	18
2.11	Kepuasan Konsumen .....	20
2.12	Hubungan antara kualitas jasa dengan kepuasan konsumen .....	21
2.13	Penelitian Terdahulu .....	21
2.14	Hipotesis .....	22
<b>BAB III METODA PENELITIAN</b>		
3.1	Data .....	24
3.2	Sumber Data .....	25
3.3	Desain Penelitian .....	26
3.4	Definisi Variabel dan Pengukuranya .....	27
3.5	Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	29

3.5.1	Uji Validitas .....	29
3.5.2	Uji Reliabilitas .....	30
3.6	Uji Hipotesis .....	31
3.6.1	Uji t ( <i>t Test</i> ) .....	32
3.6.2	Uji F ( <i>F Test</i> ) .....	34

**BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

4.1	Pengumpulan Data .....	37
4.2	Karakteristik Responden .....	38
4.2.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	38
4.2.2	Karakteristik responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
4.2.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan per Bulan .....	39
4.2.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	40
4.2.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	41
4.3	Uji Validitas .....	42
4.4	Uji Reliabilitas .....	45
4.5	Pengujian Hipotesis .....	46
4.5.1	Analisis Regresi Linier Berganda .....	46
4.5.2	Uji Signifikansi Pengaruh Secara Individu ( <i>t Test</i> ) .....	47
4.5.2.1	Hipotesis Pertama (H1) <i>Tangibles</i> (X1) .....	48
4.5.2.2	Hipotesis Kedua (H2) <i>Reliability</i> (X2) .....	48
4.5.2.3	Hipotesis Ketiga (H3) <i>Responsiveness</i> (X3) .....	49
4.5.2.4	Hipotesis Keempat (H4) <i>Assurance</i> (X4) .....	50

4.5.2.5	Hipotesis Kelima (H5) <i>Emphaty</i> (X5) .....	50
4.5.3	Uji Signifikansi Pengaruh Secara Simultan ( <i>F Test</i> ) .....	58
4.5.4	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	60
<b>BAB V KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN</b>		
5.1	Kesimpulan .....	62
5.2	Saran .....	63
5.3	Keterbatasan Penelitian .....	65
<b>Daftar Pustaka .....</b>		<b>67</b>
<b>Lampiran</b>		



## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	39
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan .....	40
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	41
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	42
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas .....	43
Tabel 4.7	Hasil Uji Reliabilitas .....	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Statistik $t$ ( $t$ Test) .....	47
Tabel 4.9	Hasil Pengujian Semua Hipotesis .....	52
Tabel 4.10	Hasil Regresi Linear Berganda dengan Uji $t$ (T-test) .....	56
Tabel 4.11	Hasil Uji Statistik $F$ ( $F$ Test) .....	58
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	.60



## ABSTRAK

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha perhotelan, karena perhotelan merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya dan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam. Disamping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha atau para wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata, membutuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan. Oleh karena itu, hotel merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pelanggannya.

Semakin tinggi tingkat persaingan, tingkat kompleksitas pasar dan tamu yang semakin kritis akan pasar mengakibatkan kegiatan pemasaran pada dunia bisnis perhotelan perlu dikelola secara profesional. Karena keberhasilan perusahaan di bidang jasa khususnya hotel, bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan selanjutnya untuk memuaskan konsumen. Pada awalnya setiap tamu memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda. Kenyataan ini mendorong timbulnya konsep pangsa pasar. Artinya kita berusaha mendapatkan sekelompok orang di pasar sasaran untuk memasarkan produk dan/atau jasa pelayanan hotel sesuai dengan harapan tamu sehingga konsumen akan merasa puas, dan akan terus menerus mengkonsumsi jasa pelayanan dari hotel tersebut.

Dengan latar belakang tersebut penulis mengangkat judul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta**” Adapun yang menjadi rumusan masalah adalah apakah kelima variabel dimensi kualitas jasa mempengaruhi kepuasan konsumen menggunakan jasa Hotel Santika Premiere Yogyakarta.

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan yang dilihat dari lima dimensi yaitu *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan konsumen di Hotel Santika Premiere Yogyakarta. Penelitian dilakukan dengan menggunakan alat analisis regresi linear berganda, uji *t*, *f* dan koefisien determinasi ( $R^2$ ). Pengambilan sampel dilakukan melalui kriteria *purposive sampling*, sebanyak 100 orang responden. Untuk mengetahui tingkat validitas dilakukan pengujian uji validitas dengan menggunakan analisis faktor, sedangkan untuk mengetahui reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berdasarkan dimensi *tangibles*, *responsiveness*, *emphaty*, *assurance*, dan *reliability* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen Hotel Santika Premiere Yogyakarta.

**Kata kunci:** *Kualitas pelayanan*, kepuasan konsumen.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan pemasaran saat ini menjadi sangat penting bagi usaha perhotelan, karena perhotelan merupakan salah satu usaha jasa pelayanan yang cukup rumit pengelolaannya dan menyediakan berbagai fasilitas yang dapat digunakan oleh tamu-tamunya selama 24 jam. Disamping itu, usaha perhotelan juga dapat menunjang kegiatan para usahawan yang sedang melakukan perjalanan usaha atau para wisatawan yang melakukan perjalanan untuk mengunjungi daerah-daerah tujuan wisata, membutuhkan tempat untuk menginap, makan dan minum serta hiburan. Oleh karena itu, hotel merupakan salah satu bentuk usaha bidang jasa yang mengedepankan kualitas pelayanan bagi para pelanggannya.

Semakin tinggi tingkat persaingan, tingkat kompleksitas pasar dan tamu yang semakin kritis akan pasar mengakibatkan kegiatan pemasaran pada dunia bisnis perhotelan perlu dikelola secara profesional. Karena keberhasilan perusahaan di bidang jasa khususnya hotel, bergantung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan dan selanjutnya untuk memuaskan konsumen. Pada awalnya setiap tamu memiliki kebutuhan, keinginan, dan tujuan yang berbeda. Kenyataan ini mendorong timbulnya konsep pangsa pasar. Artinya kita berusaha mendapatkan sekelompok orang di pasar sasaran untuk memasarkan produk dan/atau jasa pelayanan hotel sesuai dengan harapan tamu sehingga konsumen akan merasa puas, dan akan terus menerus mengkonsumsi jasa pelayanan dari hotel tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kesesuaian antara produk dan/atau jasa pelayanan yang diinginkan dengan kenyataan yang diterima. Tingkat kesesuaian tersebut adalah hasil penilaian yang dilakukan oleh tamu berdasarkan pada pengetahuan dan pengalamannya.



Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas jasa yang dikehendaki sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama dan dijadikan tolok ukur keunggulan daya saing perusahaan. Untuk memperoleh gambaran tentang kepuasan konsumen, maka perlu diketahui arti kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang kompleks terdiri dari lima unsur, yaitu: *Reliabilitas*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Tangible*. Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Mereka yang kecewa tidak hanya meninggalkan perusahaan, tetapi juga akan menceritakan keburukan jasa yang diterima kepada orang lain. Selain itu perusahaan akan lebih banyak mengeluarkan biaya untuk mendapatkan satu orang pelanggan baru. Kurangnya kualitas jasa dibidang ekonomi merupakan harga tertinggi yang tumbuh sangat cepat, dari pada harga produk nyata.

Bila dalam usaha perhotelan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, maka kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan, serta membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.

Hal ini disebabkan konsumen yang datang ke Hotel Santika Premiere Yogyakarta mempunyai motivasi atau pendorong yang berbeda dalam memanfaatkan produk jasa yang ditawarkan apakah menyewa kamar, memanfaatkan fasilitas yang ada seperti fasilitas rapat, hiburan dan lainnya, keistimewaan-keistimewaan yang ditawarkan oleh pihak hotel nantinya

akan menjadi suatu indikator bagi kepuasan konsumen sehingga pihak perusahaan perlu meningkatkan kualitas jasanya.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka judul penelitian adalah “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta**”.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut:

- a. Apakah Variabel Tangibles berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta?
- b. Apakah Variabel Reliability berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta?
- c. Apakah Variabel Responsiveness berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Premiere Santika Yogyakarta?
- d. Apakah Variabel Assurance berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta?
- e. Apakah Variabel Empaty berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta?

## **1.3 Batasan Masalah**

Dalam penelitian ini, untuk mengembangkan pengetahuan yang mendalam mengenai obyek yang diteliti dan dengan tetap mempertahankan keutuhan dari obyek, sehingga data yang dikumpulkan bisa dipelajari sebagai keseluruhan yang terintegrasi perlu diberikan batasan masalah sebagai berikut;

- a. Produk yang diteliti adalah Hotel Santika Premiere Yogyakarta.

- b. Obyek dari penelitian hanya ditujukan kepada konsumen yang pernah menginap di Hotel Santika Premiere Yogyakarta.
- c. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :
1. Reliability (Kehandalan)  $X_1$ , yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera /tepat waktu, akurat, dan memuaskan.
  2. Responsivenees (daya tanggap)  $X_2$ , yaitu kemauan/kesediaan staf perusahaan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan semestinya.
  3. Assurance (jaminan)  $X_3$ ,jaminan mencakup pengetahuan, kompetensi,kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki karyawan perusahaan, bebas dari bahaya, resiko, atau keraguan.
  4. Emphaty (empati)  $X_4$ ,yaitu kemudahan dalam hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan pelanggan.
  5. Tangibles (produk – produk fisik)  $X_5$  yaitu fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi.

lima dimensi kualitas di atas dirangkum oleh Parasuraman dan kawan-kawan (dalam Fitzsimmons,1994: Zeithmal dan Bitner, 1996), dikutip oleh Rambat Lupiyoadi (2001 : 148).

Adapun  $Y$  = Kepuasan konsumen yaitu persepsi konsumen bahwa harapannya telah terpenuhi atau terlampaui ( Richard F. Gerson, Ph.D).

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

- a. Untuk menganalisis pengaruh Variabel Tangibles terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta.
- b. Untuk menganalisis pengaruh Variabel Reliability terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta.

- c. Untuk menganalisis pengaruh Variabel Responsiveness terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta.
- d. Untuk menganalisis pengaruh Variabel Assurance terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta.
- e. Untuk menganalisis pengaruh Variabel Empaty terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Santika Premiere Yogyakarta.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

- a. Bagi Perusahaan: Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam membuat kebijaksanaan untuk memecahkan masalah kualitas pelayanan yang sedang dihadapi perusahaan.
- b. Bagi universitas: merupakan tambahan informasi dan sebagai bahan referensi perpustakaan bagi para peneliti selanjutnya di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
- c. Bagi penulis: Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan khususnya yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan Hotel Santika Premiere Yogyakarta terhadap kepuasan konsumen.

## BAB V

### KESIMPULAN, SARAN, DAN KETERBATASAN PENELITIAN

Bab ini berisi tentang kesimpulan dari hasil penelitian, saran, dan juga keterbatasan penelitian.

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

- a. Variabel *tangibles* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Hotel Santika Premiere Yogyakarta. Dengan demikian, hipotesis pertama ( $H_1$ ) berhasil didukung.
- b. Variabel *reliability* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Hotel Santika Premiere Yogyakarta. Dengan demikian, hipotesis pertama ( $H_2$ ) berhasil didukung.
- c. Variabel *responsiveness* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Hotel Santika Premiere Yogyakarta. Dengan demikian, hipotesis pertama ( $H_3$ ) berhasil didukung.
- d. Variabel *assurance* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Hotel Santika Premiere Yogyakarta. Dengan demikian, hipotesis pertama ( $H_4$ ) berhasil didukung.
- e. Variabel *emphaty* memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa Hotel Santika Premiere Yogyakarta. Dengan demikian, hipotesis pertama ( $H_5$ ) berhasil didukung.

## 5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka diajukan saran - saran sebagai pelengkap terhadap kualitas pelayanan yang dapat diberikan oleh Hotel Santika sebagai berikut :

- a. Dalam kaitannya dengan bukti – bukti fisik (tangibles), bukti – bukti fisik yang disediakan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta, sudah bagus dan lengkap. Dimana Hotel tersebut menyediakan fasilitas-fasilitas yang lengkap dan memadai sehingga konsumen yang menginap merasa puas dengan fasilitas yang ada. Pada tiap kamar terdapat tempat tidur serta furniture yang mewah, kamar mandi yang bersih serta nyaman. Selain itu juga Hotel Santika Premiere Yogyakarta juga menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung yang dapat dinikmati oleh pengunjung, berupa: mini bar, restoran dengan sajian makanan yang lezat, kolam renang, ruang tunggu yang nyaman dan bernuansa tradisional jawa karena pengunjung dapat melihat proses pembuatan batik di salah satu sisi ruang tunggu hotel. Disamping itu juga lokasi yang strategis karena berada di pusat kota dan dekat dengan pusat perbelanjaan dan kesenian Malioboro. Disarankan semua yang menjadi kelebihan dan nilai tambah tersebut dapat dipertahankan atau boleh ditingkatkan lagi, khususnya bagi fasilitas-fasilitas fisik hotel dapat ditambah lagi fasilitas-fasilitas hotel agar lebih bervariasi sehingga dapat dinikmati konsumen pengunjung, sedangkan untuk fasilitas yang sudah ada tetap dijaga, dirawat dan dipelihara agar dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.

- b. Dalam kaitannya dengan kehandalan (reliability), kehandalan karyawan dalam melayani konsumen dirasa sudah cukup baik, perusahaan harus mampu mempertahankan jika perlu lebih ditingkatkan lagi. Misalnya, karyawan harus memberikan pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan. Meningkatkan keterampilan dan pengetahuan karyawan dengan memberikan pelatihan, sehingga karyawan dapat memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Dalam kaitannya dengan daya tanggap (responsiveness), daya tanggap yang diberikan oleh karyawan sudah cukup bagus, ini perlu untuk ditingkatkan, upaya ini dapat dilakukan dengan cara karyawan Hotel Santika Premiere Yogyakarta harus cepat tanggap terhadap keinginan konsumen yaitu harus adanya karyawan yang selalu siap sedia, sehingga ketika konsumen membutuhkan bantuan bisa ditangani secepat mungkin, tanpa harus menunggu lama. Karyawan Hotel Santika Premiere Yogyakarta harus lebih cepat tanggap terhadap keluhan konsumen, apabila ada konsumen yang membutuhkan bantuan atau ada yang mengeluhkan sesuatu yang berhubungan dengan kerusakan fasilitas atau pelayanan yang diberikan, maka karyawan bisa dengan cepat membantu dan menyelesaikan masalah. Pelayanan yang cepat juga mempengaruhi kepuasan konsumen karena biasanya konsumen tidak sabar apabila harus menunggu lama.
- d. Dalam kaitannya dengan jaminan (assurance), Hotel Santika Premiere Yogyakarta perlu meningkatkan jaminan yang menjadi salah satu faktor penting yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Jaminan yang diberikan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta sudah cukup baik, perlu ditingkatkan dan

dipertahankan keramahan karyawan, karena sikap karyawan yang ramah akan membuat konsumen merasa senang dan nyaman dalam menerima pelayanan yang diberikan, dan perlu ditingkatkan lagi pengetahuan karyawan dengan cara memberikan pelatihan kepada karyawan sehingga konsumen merasa nyaman pada saat di berikan pelayanan. Untuk keamanan yang diberikan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta dirasakan sudah bagus dan terjamin sehingga membuat para konsumen merasa aman dan nyaman untuk menggunakan jasa Hotel tersebut selama 24 jam.

- e. Dalam kaitannya dengan empati (emphaty), empati yang diberikan oleh karyawan kepada konsumen sudah cukup baik, dan ini harus dipertahankan dan ditingkatkan dengan cara karyawan harus lebih peka terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen, serta mengembangkan kemampuan berkomunikasi antara karyawan dengan konsumen yang bersifat individual atau pribadi agar konsumen merasa nyaman dan puas menggunakan jasa Hotel Santika Premiere Yogyakarta, dan berkeinginan untuk kembali menggunakan jasa hotel tersebut. Kualitas pelayanan perlu diperhatikan oleh Hotel Santika Premiere Yogyakarta, karena semakin baik kualitas pelayanan di mata konsumen dan semakin tinggi tingkat kenyamanan yang diperoleh konsumen maka akan semakin baik pula citra perusahaan di benak konsumen tersebut.

### **5.3 Keterbatasan Penelitian**

- a. Penelitian hanya dilakukan di kota Yogyakarta saja sehingga belum tentu bisa mewakili seluruh kota yang ada di Indonesia.



- b. Jumlah sampel yang diambil terbatas hanya pada satu bidang jasa saja sehingga industri jasa tersebut tidak bisa secara sempurna mewakili semua industri di Indonesia.
- c. Pembagian kuesioner pada responden juga diharapkan pada saat responden memiliki waktu lebih agar responden tidak terburu-buru dalam mengisi kuesioner dan juga agar peneliti atau orang yang di utus oleh peneliti dapat menjelaskan semua variabel dan item pertanyaan yang ada dalam pertanyaan itu.
- d. Model keputusan yang digunakan relatif sederhana karena hanya dipengaruhi oleh *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*. Penelitian mendatang diharapkan menambahkan variabel lain agar diketahui apakah variabel itu bisa dipengaruhi oleh variabel lain.



## Daftar Pustaka

- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Yogyakarta: Rineka Cipta
- Basu Swasta Dharmmestu dan T Hani Handoko, 1982. **Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: BPFE.
- Drs. Bambang Kustitunto. 1984. *Statistik Analisis Runtut Waktu Dan Regresi Korelasi*, Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada.
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler & Amstrong (1992). *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Intermedia.
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. 1999. *Prinsip - Prinsip Pemasaran*. Edisi Keduabelas. Penerbit Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, PT. Prenhallindo, Jakarta: Pearson Education Asia.
- Kotler, Philip. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Edisi Milenium. Jakarta: Prehallindo.
- Lupiyoadi, Rambat (2001). *Manajemen Pemasaran jasa*. Jakarta: PT Salemba Empat Patria.
- Pride, M, William & Ferrell, C,O. 1995. *Pemasaran. Teori dan Praktek Sehari-hari*. Edisi Ketujuh. Jilid 1. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Sekaran, U. (2000), *Research Methods For Business: A Skill Building Approach*, 3 rd Ed., New York: John Willey & Sons, Inc
- Setiadi, Nugroho. 2003. *Perilaku Konsumen*, Edisi pertama. Jakarta: Kencana.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia, D. 1996. *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein. 2000. **Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen**. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.