

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PEMAKAI JASA HOTEL DHYANA PURA BALI**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Dwi Cahya Adhi Nugroho

11054381



FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2011

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PEMAKAI JASA HOTEL DHYANA PURA BALI**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna memperoleh Gelar

Sarjana Bisnis

Disusun Oleh:

Dwi Cahya Adhi Nugroho

11054381



FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

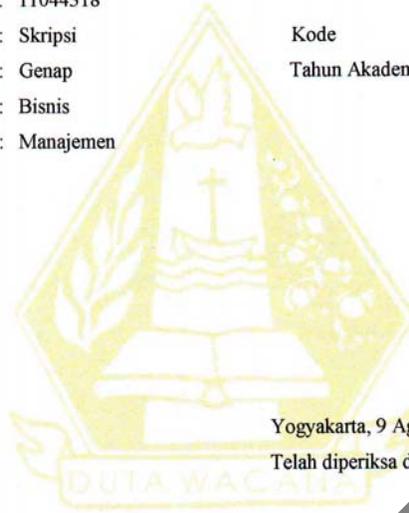
YOGYAKARTA

2011

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PEMAKAI JASA HOTEL DHYANA PURA BALI

Nama : Dwi Cahya Adhi Nugroho
NIM : 11044318
Mata Kuliah : Skripsi Kode : MB0025
Semester : Genap Tahun Akademik : 2010/2011
Fakultas : Bisnis
Program Studi : Manajemen



Yogyakarta, 9 Agustus 2011
Telah diperiksa dan disetujui


Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si.



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

Sarjana Bisnis
pada tanggal :

11 AUG 2011

Mengesahkan,
Dekan Fakultas Bisnis,



(Dra. Insiwijati P., M.M.)

Dewan Penguji.

1. Ambar Kusuma Astuti SE,M.Si.

2. Andreas Ari Sukoco, SE, MM,MMin

3. Jonathan Herdioko SE.,MM



HALAMAN PERSEMBAHAN

© UKDW

Skripsi ini kupersembahkan untuk :

- ❖ **Tuhanku Yesus Kristus**
- ❖ **Almaterku Duta Wacana**
- ❖ **Dosenku Ibu Ambar Kusuma Astuti**
- ❖ **Kedua Orang Tua ku**
- ❖ **Kakak ku Ika Tama**
- ❖ **Teman – teman Mabes**

MOTTO

*Giving thanks always for all things unto God and the
Father in the name of our Lord Jesus Christ*

(Ephesians 5:20)

*Kasih itu sabar, kasih itu murah hati, ia tidak
cemburu.*

Ia tidak memegahkan diri dan tidak sombong

(1 korintus 13:4)

*Hargailah Cita-cita & Impianmu, Karena Kedua Hal ini Adalah Anak
Jiwamu & Cetak Biru Prestasi Puncakmu*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Kasih, atas segala anugerah dan kasih karuniaNya yang melimpah, serta hikmat dalam penulisan skripsi ini, juga ucapan terima kasih kepada semua pihak atas doa, nasehat, dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis Jurusan Manajemen di Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Dengan segala keterbatasan dalam pengetahuan dan pengalaman, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak dimana penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini penulis tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak. Ucapan terima kasih yang tulus penulis sampaikan kepada :

1. Ambar Kusuma Astuti, SE, M.Si. selaku dosen pembimbing, yang telah berkenan membimbing, mengarahkan, mendorong, dan memberikan saran-saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ibu Insiwijati P. M.M. Dra., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.
3. Segenap Dosen dan Staf Fakultas Bisnis Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana, yang telah memberikan informasi-informasi dan mengajarkan ilmu dan wawasan selama masa perkuliahan.
4. Mama, Papa di rumah yang selalu bekerja keras, selalu berdoa agar saya dan kakak bisa meraih apa yang diinginkan.

5. Budhe Wies yang telah sabar menghadapi kenakalan saya.
6. MADE YAHWIARSA PETROARIDUS, S.Kom yang telah membantu banyak hal dan yang senantiasa menjadi inspirasi hidup saya.
7. IKA TAMARISKHA, kakakku yang telah membantu dalam penyusunan skripsi saya.TUHAN YESUS memberkati.
8. Om Wiyanto sekeluarga terima kasih atas pinjaman computer, serta dorongan dan semangatnya.
9. Buat vodhal makasi ngeprint gratis,
10. Anak-anak kontrakan MABES CITY. omde, melky (badeng),,Qiul, Bagus gendeng, davin, senang bisa maen sama kalian.
11. Buat nova thank uda sediakan tempat untuk magang,,sukses bro.
12. Anak-anak Untal-untal yang di Yogya Andre, Nova, Opet, Ewik, Mika.Nova, Qiual,Melky,forman.
13. Tante Titik ama Om King Yu makasih udah di kasih minta Hp, berguna banget buat Ika.
14. Temen-temen yang bareng ngambil skripsi.
15. Anak-anak Persekutuan “Carang Anggur” terimakasih atas doa dan perhatiannya.
16. Para Responden yang telah meluangkan waktunya dalam memberikan jawaban terhadap kuesioner yang telah diajukan oleh penulis.
17. Pihak-pihak lain yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu yang membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
18. Hidup buat nak-anak MABES sukses buat kalian.
19. Buat Omde CELL Thank dukungannya.Sigit,Madomah,,Omde,,Sukses selalu.

Semoga Tuhan Yesus selalu menjaga, menyertai, dan memberkati kalian semua. Akhir kata skripsi ini jauh dari kesempurnaan, karena keterbatasan kemampuan, pengetahuan, dan pengalaman penulis. Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang membangun. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak-pihak yang membutuhkan.

© UKDW

Yogyakarta, Agustus 2011

Penulis,

Dwi Cahya Adhi Nugroho

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul	i
Halaman Pengajuan	ii
Halaman Persetujuan	iii
Halaman Pengesahan	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xii
Daftar Lampiran	xiii
Abstrak	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Batasan Masalah	6
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Bagi Perusahaan hotel	7
1.5.2 Bagi Universitas Kristen Duta Wacana.....	7
1.5.3 Bagi Penulis.....	7

BAB II LANDASAN TEORI.....	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.1.1 Defenisi Pemasaran.....	9
2.2 Pengertian Jasa.....	9
2.1.1 Karakteristik Jasa.....	9
2.3 Kualitas Layanan.....	10
2.3.1Dimensi Kualitas Pelayanan.....	12
2.4. <i>Kepuasan Konsumen</i>	13
2.4.1 Pengertian Kepuasan Konsumen	13
2.4.2. Teknik Pengukuran Kepuasan Konsumen.....	14
2.4.3 Strategi Meningkatkan Kepuasan Konsumen.....	14
2.5 Prilaku Pembelian Konsumen.....	15
2.5.1 Tahap-tahap dan proses Pembelian.....	15
2.5.2 Prilaku Konsumen Pasca Pembelian.....	18
2.6 Hubungan Kualitas pelayanan engan Prilaku Konsumen.....	19
2.7 Pengembangan Hipotesis.....	20
BAB III METODA PENELITIAN.....	22
3.1 Data.....	22
3.1.1 Data Primer.....	22
3.1.2 Data Sekunder	23
3.2 Populasi san Sampel	23
3.2.1 Populasi.....	23
3.2.2 Sampel	23

3.3 Pengukuran dan Defenisi Variabel	23
3.3.1 Pengukuran variabelr	23
3.3.2. Devenisi Variabel.....	24
4.1 Uji Validitas,Reliabilitas dan hipotesis.....	25
4.1.1. Uji Validitas.....	25
4.1.2. Analisis Reliabilitas.....	26
4.1.3 Analisis Data.....	27
4.1.4 Metode Pengujian Instrumen.....	27
4.1.4.1 Analisis Validitas.....	27
4.1.4.2. Analisis reliabilitas	28
4.1.4.3 Analisis Regresi Linier Berganda	28
5.1 Uji t (t-Test)	29
6.1 Uji F (F-Test).....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Analisis Persentase.....	32
4.1.1. Profil Responden Berdasarkan umur	32
4.1.2. Profil Responden Berdasarkan jenis kelamin.....	33
4.1.3. Profil Responden Berdasarkan Status	33
4.1.4. Profil Responden Berdasarkan Income (pendapatan)	34
4.1.5. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	34
4.1.6. Profil Responden Berdasarkan Perkerjaan	35
4.2 Uji Validitas.....	35
4.3 Uji Reliabilitas.....	38
4.3 Uji Hipotesis.....	40
4.3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	40
4.4. Uji f(f-Test)	42

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	48
5.1 Simpulan.....	48
5.2 Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
DAFTAR TABEL	
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....	32
Tabel 4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	33
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Status.....	33
Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Income.....	34
Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	34
Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Perkerjaan.....	35
Tabel 4.7 Hasil Perhitungan Untuk Uji Validitas.....	37
Tabel 4.8 Tabel Koefisien Coefficients ^a	39
Tabel 4.9 Hasil Regresi Linear Berganda dengan Uji F (F-Test).....	41
Tabel 4.10 Hasil Regresi Linear Berganda dengan Uji t (t-Test).....	42



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keterangan dan Kuesioner

Lampiran 2 Jawaban Responden dan Profil Responden

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Realibilitas

Lampiran 4 Hasil Uji Prosentase

Lampiran 5 Hasil Uji Regresi (Uji t dan Uji F)

Lampiran 6 Tabel t, Tabel r, dan Tabel F

© UKDW

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dengan kondisi persaingan yang semakin tinggi antar perusahaan, setiap perusahaan saling berpacu untuk memperluas pasar. Harapan dari adanya perluasan pasar secara langsung adalah meningkatnya penjualan, sehingga perusahaan akan memiliki lebih banyak konsumen. Namun ada beberapa hal yang harus dipahami oleh perusahaan selaku produsen, bahwa semakin banyak konsumen maka perusahaan akan semakin sulit mengenali konsumennya secara teliti. Terutama tentang suka atau tidaknya konsumen terhadap barang atau jasa yang ditawarkan dan alasan yang mendasarinya. Perusahaan yang mampu bersaing dalam pasar adalah perusahaan yang dapat menyediakan produk atau jasa berkualitas. Sehingga perusahaan dituntut untuk terus melakukan perbaikan terutama pada kualitas pelayanannya. Hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku konsumen dan calon konsumen. Karena konsumen dalam memilih barang dan jasa didasari motivasi yang nantinya mempengaruhi jenis, cita rasa barang dan jasa yang dibelinya.

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di

tempat yang sama. Bagi setiap perusahaan jasa perhotelan perlu berupaya memberikan yang terbaik kepada konsumennya. Untuk itu dibutuhkan identifikasi determinan utama kualitas jasa dari sudut pandang konsumen. Oleh karena itu perlu dilakukan riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting bagi pasar sasaran dan memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan-determinan tersebut. Dengan menganalisa tanggapan konsumen terhadap variabel-variabel tersebut maka perusahaan jasa perhotelan dapat menilai variabel mana yang belum sesuai dengan harapan konsumen. Sehingga dengan demikian dapat diketahui posisi relatif perusahaan di mata konsumen. Selanjutnya perusahaan dapat memfokuskan upaya peningkatan kualitasnya pada determinan-determinan tersebut sepanjang waktu karena sangat mungkin terjadi prioritas pasar mengalami perubahan. Bersamaan dengan adanya perubahan lingkungan yang terjadi dan adanya perubahan perilaku manusia, maka semakin mendorong bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian jasa hotel. Semakin bertambahnya permintaan akan kebutuhan pemakaian jasa hotel dewasa ini mendorong para pengusaha di bidang jasa hotel khususnya dalam hal ini adalah Hotel Dyana Pura Bali ikut bersaing untuk menawarkan kelebihan-kelebihannya. Banyak faktor yang perlu dipertimbangkan untuk mempengaruhi konsumen berupa kualitas pelayanan hotel Dyana Pura Bali itu sendiri yang dapat diberikan oleh perusahaan sehingga konsumen merasa terpuaskan.

Hotel Dyana Pura Bali merupakan salah satu alat pengusaha yang termasuk dalam usaha sarana pariwisata yang menyediakan fasilitas dan pelayanan konsumen penginapan, makan dan minum serta jasa-jasa lainnya untuk umum yang tinggal untuk sementara waktu dan dikelola secara komersial. Pada garis besarnya,

perusahaan harus berusaha untuk mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, termasuk memahami perilaku konsumen dan hal-hal yang dapat memberi kepuasan kepada konsumen. Menyadari hal tersebut di atas, tampak betapa pentingnya usaha pemahaman akan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen untuk mencapai keberhasilan pemasaran. Pesaing yang dihadapi oleh Hotel Dyana Pura Bali bukan hanya dari perusahaan yang mempunyai fasilitas dan pelayanan yang sama tetapi juga dari perusahaan yang mempunyai fasilitas bar maupun restoran mewah untuk tujuan wisatawan. Dalam menghadapi hal tersebut ada beberapa dimensi kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk mempergunakan jasa hotel Dyana Pura Bali antara lain dimensi *tangible*, meliputi penampilan gedung hotel, interior bangunan hotel dan penampilan karyawan hotel, dimensi *reliability*, meliputi kemampuan hotel untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik, dimensi *responsiveness*, meliputi kesediaan karyawan hotel untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance*, meliputi sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan rasa percaya konsumen, serta dimensi *empathy*, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pada konsumen. Kelima dimensi di atas dikembangkan oleh Parasuraman et al. yang disebut SERVQUAL (*service quality*) yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan (Fandy Tjiptono, 1996 : 71).

Pada dasarnya kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan

konsumen. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Berbagai faktor seperti : subyektivitas si pemberi jasa, keadaan psikologis (konsumen maupun pemberi jasa), kondisi lingkungan eksternal dan sebagainya tidak jarang turut mempengaruhi sehingga jasa sering disampaikan dengan cara yang berbeda dengan yang dipersepsikan oleh konsumen. Jumlah pelanggan sangat besar pengaruhnya terhadap kelangsungan hidup perusahaan yang bergerak dalam bidang penjualan jasa, karena bagi perusahaan jasa, pelanggan merupakan sumber pemasukan. Semakin banyak pelanggan perusahaan, maka semakin besar pemasukan yang dapat diraih perusahaan, sebaliknya semakin sedikit pelanggan perusahaan, maka semakin sedikit pula pemasukan yang dapat diraih perusahaan. Pelanggan akan membandingkan layanan yang diberikan perusahaan dengan layanan yang mereka harapkan. Jika pelanggan merasa puas, maka pelanggan akan kembali menggunakan jasa perusahaan dan menjadi pelanggannya yang setia serta akan menceritakan pengalamannya tersebut kepada orang lain, sehingga perusahaan akan mendapatkan keuntungan dari kondisi itu, yaitu mendapatkan pelanggan yang loyal yang sekaligus membantu promosi perusahaan. Sebaliknya jika pelanggan merasa tidak puas, maka pelanggan tersebut juga akan menceritakan pengalamannya yang mengecewakan tersebut kepada orang lain, sehingga akan memperburuk citra dan eksistensi perusahaan yang akan berakibat menurunnya jumlah pemakai jasa perusahaan. Hal yang diuraikan di atas berlaku juga bagi usaha hotel. Hotel merupakan sebuah perusahaan jasa yang tidak hanya dikenal sebagai tempat bermalam ketika jauh dari rumah, tetapi juga dikenal karena pelayanan yang diberikan. Walaupun gedung hotel dan fasilitasnya sangat menunjang akan tetapi jika tidak ditunjang dengan pelayanan

yang memuaskan, maka pelanggan akan tetap merasa tidak puas. Dari uraian di atas dapat dilihat betapa pentingnya arti layanan bagi sebuah perusahaan jasa hotel. Bertitik tolak dari latar belakang masalah di atas, penulis mencoba untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada hotel Dhyana Pura Bali dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PEMAKAI JASA HOTEL DHYANA PURA BALI”**

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan, ada dua masalah yang dibahas dalam penelitian ini yaitu :

- a. Apakah variabel *tangible* mempengaruhi kepuasan konsumen?
- b. Apakah variabel *reliability* mempengaruhi kepuasan konsumen?
- c. Apakah variabel *responsiveness* mempengaruhi kepuasan konsumen?
- d. Apakah variabel *assurance* mempengaruhi kepuasan konsumen?
- e. Apakah variabel *emphaty* mempengaruhi kepuasankonsumen?

1.3 Tujuan Penelitian

- a. Menguji variabel *tangible* mempengaruhi kepuasan konsumen?
- b. Menguji variabel *reliability* mempengaruhi kepuasan konsumen?
- c. Menguji variabel *responsiveness* mempengaruhi kepuasan konsumen?
- d. Menguji variabel *assurance* mempengaruhi kepuasan konsumen?
- e. Menguji variabel *emphaty* mempengaruhi kepuasankonsumen?

1.4 Batasan Masalah

- a. Responden yang akan menjadi obyek penelitian adalah konsumen yang menggunakan jasa pada hotel Dyana Pura Bali
- b. Responden yang diambil sebanyak 100 orang yang menggunakan jasa hotel Dyana Pura Bali
- c. Profil Konsumen
 1. Jenis kelamin
 2. Usia
 3. Pekerjaan
 4. Pendapatan

1.5 Variabel yang diteliti

Konsep pengukuran kualitas pelayanan pertama kali dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988) dalam Susila dan Fatchurrohman (2004), menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988), konsep service quality terdiri dari lima dimensi yaitu:

- a. *Tangibles* Adalah fasilitas fisik, peralatan dan penampilan dari personil.
- b. *Reliability* Adalah kemampuan untuk melakukan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. *Responsiveness* Adalah kesediaan untuk membantu konsumen dan menyediakan layanan yang dijanjikan.
- d. *Assurance* Adalah pengetahuan dan perilaku karyawan serta kemampuan untuk menginspirasi kepercayaan dan keyakinan.

- e. *Empathy* Adalah perhatian individu dari perusahaan kepada pelanggan.

1.6. Manfaat Penelitian

a. Bagi Hotel

Bagi pihak perusahaan hotel dapat memberikan informasi kepada manager dalam mengambil keputusan. diharapkan dapat memberi masukan-masukan dalam pemecahan masalah yang dihadapi perusahaan dan juga bisa di pakai bahan pertimbangan. Hotel biasanya identik dengan kenyamanan sebagai tempat tinggal sementara sehingga pengunjung hotel akan merasa mendapatkan kepuasan tersendiri di hotel tersebut.

b. Bagi penulis

Untuk menerapkan dan menguji teori-teori yang sudah didapat dan menambah pengetahuan penulis dalam bidang pemasaran khususnya perilaku konsumen.

c. Bagi Pembaca

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan masukan untuk masalah-masalah yang berhubungan dengan minat konsumen.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

- a. Variabel kepuasan atas dimensi bukti fisik (*tangible*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa hotel dhyana pura bali.
- b. Variabel kepuasan atas dimensi kehandalan (*reliability*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa hotel dhyana pura bali.
- c. Variabel kepuasan atas dimensi daya tanggap (*responsiveness*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa hotel dhyana pura bali.
- d. Variabel kepuasan atas dimensi jaminan (*assurance*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa hotel dhyana pura bali.
- e. Variabel kepuasan atas dimensi empati (*emphaty*) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa hotel dhyana pura bali

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian maka saran yang dikemukakan bahwa mengingat kepuasan konsumen berhubungan erat dengan kualitas pelayanan, maka Hotel Dhaya pura perlu melakukan hal-hal berikut:

- a. Meningkatkan kualitas pelayanan di Hotel Dhaya pura agar dapat menjadi lebih baik lagi salah satunya dengan cara memperbaiki (perawatan) gedung - gedung dan kamar tidur demi tercipta kepuasan konsumen.
- b. Memberikan pelayanan yang ramah dan optimal (karyawan mengetahui apa yang harus dilakukan untuk memenuhi keperluan konsumen demi terciptanya kepuasan konsumen).
- c. Mempertahankan prosedur kualitas pelayanan yang telah diberikan di Hotel Dhayana Pura sehingga tercipta kepuasan konsumen di Hotel Dhayana Pura.

© UKDW

Daftar Pustaka

- Hatch dan Farhady : *Practical Business Statistics*, New York, Prentice Hall., 1981.
- Kahuripan, Dedy (2007), Skripsi Pemasaran : *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap jasa cafe liquid di Yogyakarta*. Yogyakarta : Program Pascasarjana UKDW Yogyakarta.
- Kotler, Philip and G. Amstrong, (2008), *Principle of marketing*, Upper-Saddle River : Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip (1986), *Marketing Manajemen*, penerbit : PT. Midas Surya Grafindo, Jakarta.
- Malhotra . N.K . (1999) *Marketing Research an applied orientation second edition*, New Jersey : Prentice Hall Internasional Inc.
- Palilati, Sumarwan (2007), *Brand Equity*, penerbit : PT.KANISIUS.Yogyakarta
- Parasuraman, A., Valarie A. Zeithaml, and Leonard L. Berry (1985) “ *A conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Reseach*”, journal of Marketing, Vol. 49 (Fall), pp.41-50.
- Payne, Adrian (1993), *The Essence of Services Marketing*. New York : Prentice Hall.
- Pride, John and Ferrell (1995), *Internasional marketing*, : Prentice Hall.
- Rismiati, E.Catur dan Ig.Bondan Suratno, (2001), *pemasaran barang dan jasa*.. Penerbit: PT.KANISIUS.Yogyakarta.
- Santoso, s dan Fandy Tjiptono, (2001) *Riset Penelitian*. Penerbit :PT.Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Setiadi, N ., 2003, “ *Perilaku Konsumen : Konsep dan implikasi untuk Penelitian Pemasaran*”, Bandung : Kencana.
- Siagian, Dergibson. (2000). *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : PT. Gramedia.
- Sucherly , 2002, *Strategi pemasaran jasa dalam meningkatkan keunggulan bersaing*, Amara books, Yogyakarta.
- Sutarso, Yudi and Farida Nur (2009),” *Memahami faktor manfaat pelanggan dan segmen pasar jasa rumah sakit*. Jakarta.
- Sutrisno, Hadi (1990), “ *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : CV. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy (2000), *Manajemen Jasa*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.

Tjiptono, Fandy (1995), *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi Offset.

Umar (2002), *Metode Statistika dengan Program SPSS*, Jakarta.

Wiyanto, Willy (2008), *Pengaruh Kualitas pelayanan pada jasa biliard*. Yogyakarta : Program Pascasarjana UKDW Yogyakarta.

Winarto. 2008. *Analisis Kualitas Layanan Dan Kepuasan Konsumen Warung Internet di Salatiga*. Jurnal Manajemen Jangkang Research Institute Bali, Vol. 1, No. 1, September 2008: 1-10.

© UKDW