

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN POP HOTEL  
SANGAJI YOGYAKARTA**



Disusun Oleh :

Vivi Alvionita Adiwijaya

11110008

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA**

2014

**ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA  
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN POP HOTEL  
SANGAJI YOGYAKARTA**

Disusun Oleh :

Vivi Alvionita Adiwijaya

11110008

**FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA  
YOGYAKARTA  
2014**

**ANALYSIS OF SERVICE QUALITY FACTORS WHICH  
AFFECT TO POP SANGAJI HOTEL YOGYAKARTA  
CONSUMER SATISFACTION**

Written by :

Vivi Alvionita Adiwijaya

11110008

FACULTY OF BUSINESS MANAGEMENT STUDY  
**DUTA WACANA CHRISTIAN UNIVERSITY**  
YOGYAKARTA

2014

© UKDW

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul:

ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP  
KEPUASAN KONSUMEN POP HOTEL SANGAJI YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh:

VIVI ALVIONITA ADIWIJAYA

11110008

dalam Ujian Skripsi Program Studi S1 Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

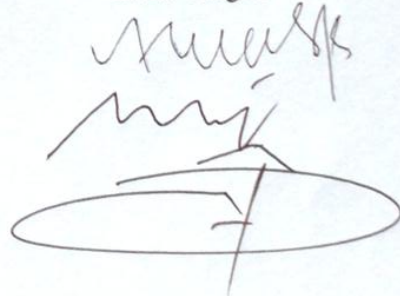
dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar

Sarjana Ekonomi pada tanggal 09 JAN 2015

Nama Dosen

1. Dra. Purwani Retno Andalas, MM
2. Dra. Ety Istriani, MM
3. Petra Surya Mega Wijaya, SE., M.Si

Tanda Tangan



Yogyakarta, 09 Januari 2015

Disahkan oleh:

Dekan



Dr. Singgih Santoso, MM.

Wakil Dekan I Manajemen



Petra Surya Mega Wijaya, SE., M.Si

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi dengan judul :

### ANALISIS PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN POP HOTEL SANGAJI YOGYAKARTA

Yang saya kerjakan untuk melengkapi sebagian syarat untuk menjadi Sarjana pada Program Studi Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, adalah bukan hasil tiruan atau duplikasi dari karya pihak lain di Perguruan Tinggi atau instansi manapun, kecuali bagian yang sumber informasinya sudah dicantumkan sebagaimana mestinya.

Jika kemudian hari didapati bahwa hasil skripsi ini adalah hasil plagiasi atau tiruan dari karya pihak lain maka saya bersedia dikenai sanksi yakni pencabutan gelar sarjana saya.

Yogyakarta, 10 Desember 2014



Vivi Alvionita Adiwijaya

11110008

FORMULIR REVISI JUDUL SKRIPSI

Nama : VIVI

NIM : 11110008

Judul lama

Analisis Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Konsumen  
Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.

Judul baru (jika ada)

Judul dalam bahasa Inggris

Analysis of Service Quality Factors Which Affect to Pop Sangaji Hotel  
Yogyakarta Consumer Satisfaction.

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

Mahasiswa,

• NAMA: VIVI

NIM: 11110008

• Perubahan/ Revisi JUDUL SKRIPSI

(setelah pelaksanaan ujian, wajib melapor kepada staf administrasi Fakultas, bila ada)

• jenis pekerjaan  
- pengusaha & wiraswasta kelompok  
- lain & di perinci

• Referensi blm manak daftar pustaka

Tanda tangan  
Penguji 1

13/2015

Penguji 2

Penguji 3

Catatan

(Jika tanda tangan sudah terisi semua, serahkan ke staf admin, Fakultas untuk diarsip)

## MOTTO

Yeremia 29:11 “Sebab Aku ini mengetahui rancangan – rancangan apa yang ada padaKu mengenai kamu, demikianlah firman Tuhan yaitu rancangan damai sejahtera dan bukan rancangan kecelakaan, untuk memberikan kepadamu hari depan yang penuh harapan.”

If you fail to plan, you are planning to fail.

If you fail to prepare yourself, you are preparing to fail.

*Day by day, step by step, inch by inch, every workout, each failure,*

*the more you push, the further you run,*

*doin' it when you don't feel like it*

*gets you closer to your goal.*

*Stay in it !*



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

*My Lord, My Saviour Jesus Christ*

Ema Mamih Liem Yu Sim, Engkong Oey Kim Sin,

Papa, Mama, Ola

Dosen pembimbing Ibu Dra. Ety Istriani, MM

Dosen Manajemen Bu Agustini, Bu Ambar, Pa Singgih, Bu Retno, Pa Petra, Pa Jo

Sahabat terkasih Aweii, Lolo, Martin, Okky, Wenny, Nana, Mikael

Temen – temen Hokya Suyung, Ervina, Cathylia, Dina, Nisa, Sansan

*Van Deventer Mass Stichting*

dan teman – teman semua

## KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Bapa yang penuh kasih Tuhan Yesus Kristus atas kasih karunia, berkat dan penyertaan – Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “ANALISIS FAKTOR DIMENSI KUALITAS JASA YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN” yang disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

Melalui kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan dukungan dalam proses memulai pengerjaan penelitian ini hingga selesai. Bantuan berupa ide, saran, pendapat, dan dukungan yang memotivasi penulis selama pengerjaan penelitian. Oleh karena itu, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang membantu selama penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Tuhan Yesus Kristus atas berkat karunia dan penyertaanNya yang tak berkesudahan.
2. Ibu Dra. Ety Istriani, MM., selaku Dosen Pembimbing yang dengan sabar dalam memberikan bimbingan dan petunjuk sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
3. Dosen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana, yang telah berjasa kepada penulis selama mengikuti pendidikan di Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta.

© UKDW

## DAFTAR ISI

Halaman Judul .....	i
Halaman Judul .....	ii
Halaman Pengajuan .....	iii
Halaman Pengesahan .....	iv
Halaman Keaslian Skripsi.....	v
Formulir Revisi Judul Skripsi .....	vi
Motto.....	vii
Halaman Persembahan.....	viii
Kata Pengantar .....	ix
Daftar Isi .....	xi
Daftar Gambar .....	xiv
Daftar Tabel .....	xv
Abstrak.....	xvi
Abstrac .....	xvii
BAB I Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Tujuan Penelitian .....	2
1.4 Manfaat Penelitian .....	3
1.5 Batasan Masalah .....	4
BAB II Landasan Teori	
2.1 Pengertian Pemasaran .....	6
2.2 Pengertian Jasa.....	8

2.3 Pengertian Pemasaran Jasa .....	9
2.4 Karakteristik Jasa .....	10
2.5 Kualitas Pelayanan.....	11
2.6 Perilaku Konsumen .....	13
2.7 Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen .....	14
2.8 Kepuasan Konsumen .....	16
2.9 Kerangka Penelitian .....	18
2.10 Penelitian Terdahulu .....	19
2.11 Hipotesis .....	20
<b>BAB III Metodologi Penelitian</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	21
3.2 Subyek Penelitian.....	21
3.3 Obyek Penelitian .....	21
3.4 Jenis dan Sumber Data.....	21
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	24
3.7 Populasi dan Sampel .....	24
3.8 Teknik Pengambilan Sampel .....	25
3.9 Variabel Penelitian.....	26
3.10 Metode Pengujian Kuisisioner.....	29
3.11 Metode Analisis Data .....	30
<b>BAB IV Pembahasan</b>	
4.1 Analisis Deskriptif .....	36
4.2 Analisis Data Penelitian.....	38

4.3 Analisis Profil Responden.....	42
4.4 Analisis Regresi Berganda.....	45
4.5 Uji Signifikansi Secara Parsial.....	46
4.6 Uji Signifikansi Secara Simultan.....	50
4.7 Koefisien Determinasi .....	51
4.8 Pembahasan.....	52
BAB V Kesimpulan dan Saran .....	59
5.1 Kesimpulan .....	59
5.2 Saran .....	60
5.3 Keterbatasan Penelitian.....	62
5.4 Saran Penelitian Selanjutnya.....	62
DAFTAR PUSTAKA .....	63
LAMPIRAN.....	66
Lampiran 1 Kuisioner Penelitian.....	68
Lampiran 2 Data Responden.....	72
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas .....	80
Lampiran 4 Hasil Penghitungan Profil Responden.....	83
Lampiran 5 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	84
Lampiran 6 Tabel r.....	85
Lampiran 7 Tabel t.....	86
Lampiran 8 Tabel F.....	87
Lampiran 9 Surat Ijin Penelitian .....	88

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Konsep Kepuasan Konsumen .....	17
Gambar 2.2 Kerangka Penelitian .....	18

©UKDW

## DAFTAR TABEL

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas .....	40
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	41
Tabel 4.3 Hasil Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	42
Tabel 4.4 Hasil Profil Responden Berdasarkan Usia.....	43
Tabel 4.5 Hasil Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	43
Tabel 4.6 Hasil Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	44
Tabel 4.7 Hasil Profil Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4.8 Hasil Uji t.....	47
Tabel 4.9 Hasil Uji F.....	50
Tabel 4.10 Hasil Uji R <sup>2</sup> .....	51
Tabel 4.11 Pembahasan Hipotesis .....	52



## ABSTRAKSI

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk meneliti faktor – faktor dimensi kualitas jasa yang mempengaruhi kepuasan konsumen Hotel Pop di Yogyakarta. Banyak usaha penyedia jasa perhotelan menerapkan perhatian pada evaluasi dan implementasi strategi pemasaran dengan tujuan untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen. Namun dengan lebih fokus pada apa yang kita miliki untuk ditawarkan akan lebih efektif apabila kita memaksimalkan kualitas jasa terlebih dahulu. Pada masa seperti sekarang ini kompetisi pasar sangat ditentukan oleh konsumen khususnya bidang bisnis perhotelan.

Bisnis perhotelan sangat berkembang pesat mulai dari hotel eksklusif sampai hotel melati, saat ini muncul pula hotel *budget* yang mulai trend dan mampu menarik perhatian konsumen. Sangat mudah kita temukan penyedia jasa perhotelan yang saling berlomba melakukan pembangunan untuk memperbaiki infrastruktur dan menyediakan layanan jasa terbaik pada konsumen. Kualitas jasa pelayanan yang diberikan merupakan hal utama dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Pada penelitian ini digunakan alat analisis Regresi Linier Berganda. Pengujian dilakukan berdasarkan data primer sebanyak 100 kuisioner yang diperoleh dari 100 orang responden yang pernah menggunakan jasa atau menginap di Pop Hotel Sangaji Yogyakarta. Profil responden terdiri dari jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan pendapatan perbulan. Pertanyaan kuisioner yang diajukan terdiri atas 30 pertanyaan. Variabel dependen dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen, sedangkan variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Hasil dari penelitian menunjukkan dari variabel independen yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terdapat pengaruh secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci : kualitas jasa, kepuasan konsumen, bisnis perhotelan

## ABSTRAC

*This study was conducted to examine the service quality factors that affect Pop Hotel Sangaji customer satisfaction. Many business hospitality service providers to apply attention to evaluation dan implementing of strategy with aim improving customer interest. It will be effective when maximizing the quality of services. Currently market competition is determined by the customer, especially hospitality.*

*Hospitality business is growing rapidly ranging from the type of exclusive hotel to backpacker hotel. Even it appears to be a trend budget hotel and able to attract mention of consumer. It can easily find hotels that continues to construction to improvement and provide maximum services for consumer. Quality of services provided is the main thing that affect consumer satisfaction.*

*In this study used multiple linear regression analysis. The data used in this study based on primary data with a total of 100 questionnaires obtained from 100 respondents who had used the services or stay in Pop Hotel Sangaji Yogyakarta. Profile respondents consisted of gender, age, education, type of work and salary per-month. There are 30 questions in the questionnaire. Dependent variable in this study is consumer satisfaction, while independent variables consist of tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy. Result from this research shows that independent variables provide partial affect and also simultaneous affect to dependent variable.*

*Keyword : service quality, consumer satisfaction, hospitality business*

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### 1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini, kemajuan di bidang perekonomian sangat berkembang. Kota Yogyakarta yang dikenal sebagai kota pelajar serta memiliki banyak hal istimewa yang mampu menarik banyak wisatawan lokal maupun asing. Industri Pariwisata menjadi sektor yang sangat digemari, hal ini memberikan peluang besar bagi usaha di bidang bisnis perhotelan.

Dengan keistimewaan yang dimiliki Kota Yogyakarta mampu membuka peluang bagi investor untuk menanamkan modal di bidang bisnis perhotelan. Perkembangan perekonomian dalam sektor jasa perhotelan sudah berlangsung dengan sangat pesat, banyak hotel baru yang dibangun sehingga akibatnya terbuka peluang kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat. Selain itu juga berdampak pada usaha lain seperti restoran, pusat oleh – oleh, toko kerajinan, dan penyedia jasa transportasi.

Kehadiran hotel budget merupakan suatu inovasi baru dalam bisnis perhotelan, Pop Hotel Sangaji Yogyakarta merupakan salah satu hotel budget yang sudah diterima oleh masyarakat. Prospek penjualan jasa perhotelan semakin hari semakin baik dan kualitas jasa selalu ditingkatkan. Namun demikian pesaing usaha perhotelan sejenis semakin banyak, di Yogyakarta banyak dilakukan pembangunan di bidang perhotelan. Hal ini menjadi tantangan bagi hotel budget untuk bisa lebih unggul dari para pesaing.

## 1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah variabel *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta?
2. Apakah variabel *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta?
3. Apakah variabel *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta?
4. Apakah variabel *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta?
5. Apakah variabel *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta?
6. Apakah variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta?

## 1.3 Tujuan Penelitian

Dalam melakukan penelitian selalu memiliki maksud dan tujuan tertentu.

Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh *tangible* (bentuk fisik) terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.
2. Untuk mengetahui pengaruh *reliability* (keandalan) terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.
3. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* (daya tanggap) terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.

4. Untuk mengetahui pengaruh *assurance* (jaminan) terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.
5. Untuk mengetahui pengaruh *empathy* (empati) terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.
6. Untuk mengetahui pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* secara simultan terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.

#### 1.4 Manfaat Penelitian

##### 1. Bagi Konsumen

- a. Perusahaan memberikan feedback bagi konsumen yang loyal.
- b. Konsumen diberikan pelayanan yang maksimal dan semakin baik di masa mendatang.

##### 2. Bagi Perusahaan

- a. Perusahaan dapat mengetahui alasan konsumen memilih Pop Hotel Sangaji Yogyakarta dan faktor apa saja yang mempengaruhi hal tersebut.
- b. Perusahaan mengetahui selera konsumen terhadap Hotel Pop, sehingga perusahaan bisa memenuhi dan memberikan produk yang sesuai dengan kebutuhan dan selera konsumen.

### 3. Bagi Mahasiswa

- a. Mahasiswa mengerti bahwa sikap konsumen bisa dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan memenuhi kebutuhan konsumen.
- b. Mahasiswa memahami cara pemasaran Hotel Pop dan adanya risiko complain dari konsumen yang tidak puas.
- c. Mahasiswa mengerti bagaimana cara Hotel Pop menarik konsumen, sekaligus memenuhi kebutuhan dan keinginan terhadap Hotel Pop.

### 4. Peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya agar dapat bermanfaat dan menambah referensi untuk penelitian mendatang. Sehingga dapat memberikan gambaran untuk penelitian di bidang bisnis perhotelan.

## 1.5 Batasan Masalah

Supaya penelitian ini tidak menyimpang dari tujuan penelitian maka batasan masalah adalah sebagai berikut:

1. Konsumen yang pernah menggunakan jasa atau menginap minimal satu kali pada bulan Oktober 2014.

2. Jumlah responden yang digunakan untuk memperoleh data penelitian yaitu 100 orang dengan karakteristik profil berikut:

- a. Jenis Kelamin : Laki – laki dan perempuan
- b. Usia : 17 sampai diatas 35 tahun
- c. Tingkat pendidikan : SMA, Diploma, Sarjana, Pascasarjana
- d. Jenis pekerjaan : jenis pekerjaan berbeda
- e. Penghasilan perbulan :
  - $\leq 2.000.000$
  - 2.001.000 – 3.000.000
  - 3.001.000 – 4.000.000
  - 4.001.000 – 5.000.000
  - $\geq 5.001.000$

## BAB V

### KESIMPULAN

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan yang telah dilakukan pada 100 orang responden mengenai pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen, dapat dijelaskan bahwa pengaruh dari variabel independen yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta, maka dapat tarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis profil responden dapat disimpulkan sebagai berikut:
  - a. Responden dalam penelitian ini berdasarkan jenis kelamin mayoritas laki-laki dengan presentase sebanyak 56%.
  - b. Responden dalam penelitian ini memiliki rentan usia diatas 36 tahun dengan presentase sebesar 33%.
  - c. Responden dalam penelitian ini memiliki tingkat pendidikan terakhir Sarjana dan sederajat dengan presentase sebesar 52%.
  - d. Responden dalam penelitian ini berdasarkan pekerjaan mayoritas pegawai swasta dengan presentase sebesar 46%.
  - e. Responden dalam penelitian ini berdasarkan pendapatan perbulan minimal 5.001.000 rupiah dengan presentase sebesar 43%.



2. Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. *Tangible* ( $X_1$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.
- b. *Reliability* ( $X_2$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.
- c. *Responsiveness* ( $X_3$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.
- d. *Assurance* ( $X_4$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.
- e. *Empathy* ( $X_5$ ) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.
- f. Kelima variabel independen yang terdiri dari *tangible* ( $X_1$ ), *reliability* ( $X_2$ ), *responsiveness* ( $X_3$ ), *assurance* ( $X_4$ ) dan *empathy* ( $X_5$ ) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.

## 5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan diatas, penulis memberikan beberapa saran dan masukan yang diajukan kepada Pop Hotel Sangaji Yogyakarta, tujuannya untuk meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada konsumen menjadi lebih baik diantaranya:

1. Untuk dapat mempertahankan konsumen dan meningkatkan kepuasan konsumen Pop Hotel Sangaji Yogyakarta dalam kondisi persaingan bisnis perhotelan yang makin ketat, maka hal yang perlu diperhatikan untuk mempertahankan konsumen yaitu dengan cara terus melakukan inovasi terhadap jasa yang ditawarkan. Selain itu juga perusahaan perlu terus mengutamakan pelayanan konsumen dengan maksimal. Adanya perbaikan pada semua fasilitas yang disediakan agar dapat berfungsi dengan baik, hal ini perlu ditingkatkan agar konsumen merasa semakin puas.
2. Persepsi konsumen terhadap jasa akan mempengaruhi sikap konsumen, apabila konsumen memiliki persepsi yang baik pada perusahaan maka konsumen akan tertarik untuk menggunakan jasa tersebut. Namun apabila persepsi konsumen terhadap jasa kurang baik maka akan mengurangi keinginan konsumen untuk menggunakan jasa tersebut. Dengan konsep yang dimiliki Pop Hotel Sangaji Yogyakarta yaitu *colorful* dan *go green*, dapat dilihat dari bangunan gedung maupun gaya penampilan karyawan. Hal ini memang berbeda dengan pesaing hotel lain sehingga membuat konsumen penasaran dan menciptakan daya tarik bagi konsumen. Perlu adanya pengembangan dalam penerapan konsep, biasanya warna warni selalu berkaitan dengan suasana ceria sehingga untuk kedepannya mulai dari konsumen memasuki lobby disertai sambutan yang ramah dari karyawan diharapkan dapat membuat konsumen ikut merasakan perasaan ceria yang ingin ditunjukkan oleh Pop Hotel Sangaji Yogyakarta.

3. Bagi Pop Hotel Sangaji Yogyakarta hendaknya lebih memperhatikan manajemen Sumber Daya Manusia, suatu hotel perlu memiliki sejumlah unit bagian untuk dapat melayani konsumen secara maksimal. Dalam pengamatan konsumen memang diarahkan untuk *self-service* pada kondisi tertentu, disisi lain apabila konsumen mengalami kesulitan dan memerlukan bantuan tentu karyawan harus segera merespon kebutuhan konsumen dengan tepat. Apabila jumlah karyawan kurang sesuai akan menghambat penyampaian pelayanan yang maksimal sehingga akibatnya kepuasan konsumen akan tidak tercapai. Oleh karena itu akan manajemer perlu memperhatikan penempatan karyawan maupun jumlah standar karyawan untuk masing – masing unit.

### 5.3 Keterbatasan Penelitian

Data penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil pengumpulan kuisisioner, sehingga terjadinya perbedaan persepsi dengan kondisi sebenarnya sangat mungkin terjadi. Ketika pengukuran variabel yang diukur dapat bernilai sangat tinggi atau rendah sehingga mengakibatkan jawaban responden bias.

### 5.4 Saran Penelitian Selanjutnya

Untuk penelitian selanjutnya akan lebih baik apabila data primer yang diperoleh dari responden sebaiknya lebih dari 100 kuisisioner. Pertanyaan dalam kuisisioner tidak hanya berupa pertanyaan tertulis saja namun disertai *guest comment interview* agar jawaban yang diperoleh juga lebih obyektif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cooper dan Emory, 1997, *Metode Penelitian Bisnis* Jilid I, Erlangga, Jakarta
- Daryanto, 2011, *Sari Kuliah Manajemen Pemasaran*, Satu Nusa, Bandung.
- Djarwanto, Pangestu. Subagyo, 1993, *Statistik Induktif*, BPFE, Yogyakarta.
- Enjel, F.J, Roger. D, Blackwell, Paul W. Miniard (1994) *Perilaku Konsumen*
- Ghozali, Imam, 2006, *Model Persamaan Struktural Konsep dan Aplikasi*, UNDIP, Semarang.
- Ghozali, Imam, 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate bagi Program SPSS*. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Hurriyati, Ratih, 2005, *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Alfabeta, Bandung.
- Kotler, Philip dan Armstrong, 2004, *Dasar – dasar Pemasaran*, PT Index Media Gramedia Grup, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Armstrong, 2008, *Prinsip – Prinsip Pemasaran*, PT. Index, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Keller, 2007, *Manajemen Pemasaran*, PT Index Media Gramedia Grup, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2000, *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Prenhalindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2007, *Manajemen Pemasaran*, PT Index Gramedia Grup, Jakarta.
- Kotler, Philip, 2009, *Manajemen Pemasaran*, PT Perhalindo, Jakarta.
- Lovelock, Christopher, 2004, *Service Marketing and Management*, Prentice Hall, New Jersey.
- Lovelock. C.H, Wirtz, 2007, *Service Marketing: People, Technology, and Strategy*, Prentice Hall, USA
- Lupioyadi, Rambat. Hamdani, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.

- Prasetijo dan Ihalauw, 2005, *Perilaku Konsumen*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Saladin Djaslim, 2003, *Intisari Pemasaran dan Unsur-Unsur Pemasaran*, Linda Karya, Bandung.
- Saladin, Djaslim, 2003, *Intisari Pemasaran dan Unsur – unsur Pemasaran*, Linda Karya, Bandung.
- Simamora, 2008, *Memahami Penelitian Kuantitatif*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiono, 2002, *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung
- Sugiono, 2009, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sugiono, 2010, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Sunyoto, 2013, *Teori, Kuisisioner dan Proses Analisis Data*, CAPS, Yogyakarta.
- Swastha, Basu dan Irawan, 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2007, *Pemasaran Jasa*, Bayumedia Publishing, Malang.
- Tjiptono, Fandy, 2008, *Service Management*, Andi Offset, Edisi Kedua, Yogyakarta.
- Umar, Husein, 2005, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Yazid, 2005, *Pemasaran Jasa: Konsep dan Implementasi*, Ekonisia FE UII, Yogyakarta.