

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI H BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Fiorentina

NIM : 11140014

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI H BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

Nama : Fiorentina

NIM : 11140014

FAKULTAS BISNIS PROGRAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN DI H BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Bisnis Progam Studi Manajemen

Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Guna Memperoleh Gelar

Sarjana Manajemen

Disusun Oleh :

Nama : Fiorentina

NIM : 11140014

FAKULTAS BISNIS PROGAM STUDI MANAJEMEN

UNIVERSITAS KRISTEN DUTA WACANA

YOGYAKARTA

2018

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI H BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA

telah diajukan dan dipertahankan oleh

FIorentina

11140014

Dalam Ujian Skripsi Program Studi Manajemen

Fakultas Bisnis

Universitas Kristen Duta Wacana

Dan dinyatakan DITERIMA untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana
Manajemen pada Tanggal 25 Januari 2018

Nama Dosen

1. **Lucia Nurbani Kartika, SPd. MM**

(Ketua Tim Penguji)

2. **Dr. Singgih Santoso, MM**

(Dosen Pembimbing/Penguji)

3. **Jonathan Herdioko, SE., MM**


(Dosen Penguji)

Tanda Tangan

: 

: 

: 

: 

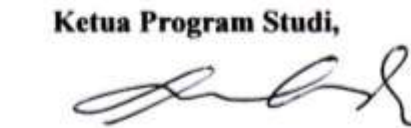
: 

Yogyakarta, 31 Januari 2018

Disahkan Oleh :


Dekan,

(**Dr. Singgih Santoso, MM**)

Ketua Program Studi,

(**Drs. Sisnuhadi, MBA., Ph.D**)

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya, Fiorentina, menyatakan bahwa skripsi ini dengan judul : **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI H BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA** adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulisan aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijazah yang telah diberikan oleh Universitas batal saya terima.

Yogyakarta, 12 Januari 2018

Yang membuat pernyataan,



(Fiorentina)

NIM : 11140014

HALAMAN MOTTO

“Saudara-saudaraku yang kekasih, Jikalau Allah sedemikian mengasihi kita, maka haruslah kita juga saling mengasihi.”

(1 Yohanes 4 : 11)

“Hargai, nikmati dan syukuri semua yang hadir dalam hidup.”

(Djajendra)

©UKDWN

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya kecilku ini ku persembahkan kepada:

- 1. Kedua Orang Tua (Bapak Samiji dan Ibu Rohmaila)*
- 2. Kakak dan Adikku tersayang*
- 3. Ibu Haryati Bawole dan Bapak Paulus Bawole yang senantiasa mendukung penulis dari awal kuliah hingga sekarang.*
- 4. Dan seseorang yang telah mengisi hidup dan hari-hariku*

KATA PENGANTAR

Puji syukur dan sembah kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkat dan penyertaanNya sehingga, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI H BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA**” yang disusun sebagai syarat akademis dalam menyelesaikan Program Sarjana Manajemen (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa dukungan, bimbingan, bantuan, serta doa dari berbagai pihak selama penyusunan skripsi. Pada kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati mengucapkan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah menganugerahkan berkat dan penyertaanNya sehingga skripsi ini dapat selesai tepat pada waktunya.
2. Bapak Dr. Singgih Santoso M.M selaku dosen pembimbing yang telah memberikan saran, bimbingan dan pengarahan sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.
3. Ibu Ambar Kusuma Astuti, S.E.,M.Si selaku dosen wali yang senantiasa memberikan bantuan dan saran kepada penulis selama masa perkuliahan.
4. Bapak Edy Nugroho, SE., MSc terimakasih atas waktu dan bantuan yang diberikan.
5. Kedua orang tua ku (Bapak Samiji) dan (Ibu Rohmaila Susana) yang selalu memberikan dukungan dan doa setiap saat, kakakku Imanuel Geovasky S.Si Teol, MAPS dan adikku Iklesia Sestu Prayogi yang senantiasa memberikan semangat.
6. Terkhusus Kepada Ibu Haryati Bawole dan Bapak Paulus Bawole yang telah membantu memberikan dukungan dan memfasilitasi selama penulis kuliah di Universitas Kristen Duta Wacana.

7. Seluruh Staf Pengajar Fakultas Bisnis Universitas Kristen Duta Wacana yang telah memberikan bekal ilmu kepada penulis.
8. Bapak dan Ibu Staf dari H Boutique Hotel yang telah mengizinkan peneliti untuk menyebarkan kuesioner.
9. Seluruh responden yang telah rela meluangkan waktu untuk penulis, terima kasih atas kerja samanya.
10. Para sahabat – sahabat dari Universitas Kristen Duta Wacana Yogyakarta, Kelompok KKN Dusun Dhisil, Kelompok P3DM, PLKMM dan P2KM dan teman-teman semua dari angkatan 2014.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan. Kritik dan saran sangat diharapkan untuk kesempurnaan penelitian di masa datang. Semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat digunakan sebagai tambahan informasi bagi semua pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 12 Januari 2018

Fiorentina

DAFTAR ISI

	Halaman
Halaman Judul.....	i
Halaman Pengajuan	ii
Halaman Pengesahan.....	iii
Halaman Keaslian Skripsi	iv
Halaman Motto.....	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Gambar.....	xiv
Daftar Lampiran.....	xv
Abstraksi.....	xvi
Bab I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.4.1 Secara Akademis.....	4
1.4.2 Secara Praktis.....	4

Bab II Landasan Teori.....	5
2.1 Pemasaran.....	5
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	5
2.1.2 Kualitas Produk.....	6
2.2 Kualitas Layanan.....	8
2.2.1 Dimensi Kualitas Layanan.....	10
2.3 Kepuasan Konsumen.....	12
2.4 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	15
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	16
Bab III Metode Penelitian.....	17
3.1 Desain Penelitian.....	17
3.1.1 variabel Penelitian.....	17
3.2 Penentuan Sampel.....	18
3.2.1 Populasi dan Sampel.....	18
3.2.2 Teknik Pengambilan Sampel.....	20
3.3 Metode Pengumpulan Data.....	20
3.3.1 Teknik Pengumpulan Data.....	20
3.4 Teknik Pengolahan Data.....	21
3.4.1 Deskriptif Kualitatif.....	21
3.4.2 Analisis Kuantitatif.....	21
3.5 Teknik Analisis Data.....	21

3.5.1 Uji Validitas dan Realibilitas.....	22
3.5.1.1 Uji Validitas.....	22
3.5.1.2 Uji Realibilitas.....	22
3.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda.....	22
3.5.3 Uji Hipotesis.....	23
3.5.3.1 Hipotesis 1 (Uji F)	23
3.5.3.2 Hipotesis 2 (Uji t)	23
Bab IV Analisis Data dan Pembahasan.....	25
4.1 Hasil Uji Instrumen Penelitian.....	25
4.1.1 Uji Validitas.....	25
4.1.2 Uji Realibilitas.....	27
4.2 Analisis Deskriptif.....	27
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	28
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	29
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	30
4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	30
4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan.....	31
4.2.7 Rangkuman Karakteristik Responden.....	32
4.3 Koefisien Determinasi (R^2)	33
4.4 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33

4.4.1 Uji F.....	34
4.4.2 Uji t.....	35
4.5 Pembahasan.....	38
Bab V Kesimpulan dan Saran.....	40
5.1 Kesimpulan.....	40
5.2 Saran.....	40
Daftar Pustaka.....	42
Lampiran-Lampiran.....	45

©UKYDWN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas.....	25
Tabel 4.2 Hasil Uji Realibilitas.....	27
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	28
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	28
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....	29
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	30
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengeluaran.....	30
Tabel 4.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Kunjungan.....	31
Tabel 4.9 Rangkuman Karakteristik Responden.....	32
Tabel 4.10 Koefisien Determinasi (R^2)	33
Tabel 4.11 Analisis Regresi Linier Berganda.....	33
Tabel 4.12 Uji F.....	34
Tabel 4.13 Uji t.....	35

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian Empiris.....	15

©UKDWN

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Kuesioner.....	46
Lampiran 2 Uji Validitas dan Realibilitas.....	52
Lampiran 3 Karakteristik Responden.....	55
Lampiran 4 Regresi Linier Berganda.....	58
Lampiran 5 Bappeda.....	61

©UKYDWN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI H BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA

Oleh

Nama : Fiorentina

NIM : 11140014

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepedulian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen H Boutique Hotel Yogyakarta dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para tamu yang menginap di H Boutique hotel Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive sampling*, yakni teknik penentuan sampel secara sengaja, yaitu peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (1) bukti fisik menunjukkan nilai = 1,409 dengan nilai signifikansi sebesar $0,162 > 0,05$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (2) kehandalan menunjukkan nilai - 1,246 dengan nilai signifikansi sebesar $0,216 > 0,05$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (3) ketanggapan menunjukkan nilai 3,144 dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dengan nilai dibawah 0,05 menunjukkan bahwa variable ketanggapan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (4) jaminan menunjukkan nilai 1,419 dengan nilai signifikansi sebesar $0,159 > 0,05$. Hasil pengujian untuk variable (5) perhatian atau kepedulian menunjukkan nilai 7,075 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa variable perhatian mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas layanan, *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (kepedulian), kepuasan konsumen.

**INFLUENCE OF QUALITY EFFECT TO CUSTOMER SATISFACTION IN H
BOUTIQUE HOTEL, YOGYAKARTA SPECIAL REGION**

By

Name: Fiorentina

NIM: 11140014

ABSTRACT

This study aims to determine whether the dimensions of service quality that is tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy affects customer satisfaction of H Boutique Hotel Yogyakarta and analyze the most dominant factor in influencing customer satisfaction.

This research uses quantitative research. The population in this study are the guests who stay at H Boutique hotel Yogyakarta. Samples taken as many as 100 respondents using Non-Probability Sampling technique with Purposive sampling approach, the technique of determining the sample intentionally, that is the researcher determine the sample taken because there are certain considerations.

The test results obtained t value for (1) tangible variable shows the value = 1.409 with a significance value of $0.162 > 0.05$. Test results obtained t value for (2) reliability variables show the value - 1.246 with a significance value of $0.216 > 0.05$. The test results obtained t value for the variable (3) responsiveness shows the value of 3.144 with a significance value of $0.002 < 0.05$ with a value below 0.05 indicates that the variable responsiveness has a significant influence on customer satisfaction. Test results obtained t value for the (4) assurance variable shows the value of 1.419 with a significance value of $0.159 > 0.05$. The test results for the (5) empathy variable shows the value of 7.075 with a significance value of $0.000 < 0.05$ with a significance value below 0.05 indicates that the empathy variable has a significant influence on customer satisfaction.

Keywords: service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy and consumer satisfaction.

ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI H BOUTIQUE HOTEL YOGYAKARTA

Oleh

Nama : Fiorentina

NIM : 11140014

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik, kehandalan, ketanggapan, jaminan dan kepedulian berpengaruh terhadap kepuasan konsumen H Boutique Hotel Yogyakarta dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen.

Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah para tamu yang menginap di H Boutique hotel Yogyakarta. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Purposive sampling*, yakni teknik penentuan sampel secara sengaja, yaitu peneliti menentukan sendiri sampel yang diambil karena ada pertimbangan tertentu.

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (1) bukti fisik menunjukkan nilai = 1,409 dengan nilai signifikansi sebesar $0,162 > 0,05$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (2) kehandalan menunjukkan nilai - 1,246 dengan nilai signifikansi sebesar $0,216 > 0,05$. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (3) ketanggapan menunjukkan nilai 3,144 dengan nilai signifikansi sebesar $0,002 < 0,05$ dengan nilai dibawah 0,05 menunjukkan bahwa variable ketanggapan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variable (4) jaminan menunjukkan nilai 1,419 dengan nilai signifikansi sebesar $0,159 > 0,05$. Hasil pengujian untuk variable (5) perhatian atau kepedulian menunjukkan nilai 7,075 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dengan nilai signifikansi dibawah 0,05 menunjukkan bahwa variable perhatian mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Kata kunci: kualitas layanan, *tangible* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), *empathy* (kepedulian), kepuasan konsumen.

**INFLUENCE OF QUALITY EFFECT TO CUSTOMER SATISFACTION IN H
BOUTIQUE HOTEL, YOGYAKARTA SPECIAL REGION**

By

Name: Fiorentina

NIM: 11140014

ABSTRACT

This study aims to determine whether the dimensions of service quality that is tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy affects customer satisfaction of H Boutique Hotel Yogyakarta and analyze the most dominant factor in influencing customer satisfaction.

This research uses quantitative research. The population in this study are the guests who stay at H Boutique hotel Yogyakarta. Samples taken as many as 100 respondents using Non-Probability Sampling technique with Purposive sampling approach, the technique of determining the sample intentionally, that is the researcher determine the sample taken because there are certain considerations.

The test results obtained t value for (1) tangible variable shows the value = 1.409 with a significance value of $0.162 > 0.05$. Test results obtained t value for (2) reliability variables show the value - 1.246 with a significance value of $0.216 > 0.05$. The test results obtained t value for the variable (3) responsiveness shows the value of 3.144 with a significance value of $0.002 < 0.05$ with a value below 0.05 indicates that the variable responsiveness has a significant influence on customer satisfaction. Test results obtained t value for the (4) assurance variable shows the value of 1.419 with a significance value of $0.159 > 0.05$. The test results for the (5) empathy variable shows the value of 7.075 with a significance value of $0.000 < 0.05$ with a significance value below 0.05 indicates that the empathy variable has a significant influence on customer satisfaction.

Keywords: service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy and consumer satisfaction.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kota Yogyakarta merupakan kota terbesar keempat di wilayah Pulau Jawa bagian selatan setelah Bandung, Malang, dan Surakarta menurut jumlah penduduk (www.wikipedia.com). Kota Yogyakarta juga disebut sebagai kota pelajar atau kota pendidikan, kota industri dan kota pariwisata. Sebagai kota pariwisata, Kota Yogyakarta layak menjadi tujuan wisata bagi wisatawan dalam maupun luar negeri karena banyak tempat wisata dan pusat perbelanjaan yang bisa dikunjungi, misalnya Kraton Yogyakarta, Malioboro dan lain-lain. Keadaan ini mendorong dibangunnya hotel di Kota Yogyakarta sebagai tempat penginapan bagi wisatawan.

Hotel merupakan salah satu unsur Jasa utama dari parihotel yang mempunyai peranan yang sangat besar dalam memberikan pelayanan bagi hotelwan. Hotel bukan suatu tujuan bagi hotelwan tapi kebanyakan merupakan tempat dimana hotelwan dapat beristirahat dan mengatur kelanjutan perjalananan atau kegiatannya. Oleh sebab itu hotel dengan segala fasilitasnya harus mampu memenuhi kebutuhan para hotelwan (Diyak Mulahela, 1998)

Hingga saat ini jumlah hotel di wilayah Yogyakarta tercatat sebanyak 1.160 hotel. Sebanyak 60 di antaranya merupakan hotel bintang dengan 6.000-an kamar dan 1.100 hotel lainnya merupakan hotel kelas Melati dengan 12.660 kamar (www.jogja.tribunnews.com). Persaingan industri perhotelan di wilayah Yogyakarta semakin ketat seiring munculnya hotel-hotel baru. Hal ini menjadikan tamu hotel terutama pelaku bisnis yang berkunjung ke Yogyakarta dihadapkan pada banyak pilihan hotel untuk menginap.

Dalam menghadapi hal tersebut, ada beberapa dimensi kepuasan yang dapat mempengaruhi perilaku konsumen untuk menggunakan jasa H Boutique Hotel antara lain *tangible*, meliputi penampilan gedung hotel, fasilitas hotel, dan penampilan karyawan hotel, dimensi *reliability*, meliputi kemampuan hotel memberikan pelayanan yang terbaik,

dimensi *responsiveness* yang meliputi kesediaan karyawan hotel untuk membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat, dimensi *assurance* yang meliputi kemampuan hotel untuk membangkitkan rasa kepercayaan para konsumen, serta dimensi *empathy*, yang meliputi rasa peduli dan perhatian secara pribadi dari karyawan yang diberikan kepada tamu hotel. Kelima dimensi di atas dikembangkan oleh Parasuraman dkk. yang disebut SERVQUAL (*service quality*) yang merupakan suatu alat ukur terhadap kualitas pelayanan (Payne, 2000:275).

Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik dari hotel tersebut, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya yakni tamu hotel. Setelah tamu merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, tamu akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila tamu hotel merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan jasa di tempat yang sama. Oleh karena itu H Boutique Hotel harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

H Boutique Hotel merupakan salah satu hotel dari Prabhu Manajemen yang berkantor pusat di Bali. H Boutique Hotel sendiri adalah sebuah hotel bintang tiga yang terletak di Jl. Prof. Yohanes, Sagan Nomor 1 Yogyakarta yang memiliki 90 kamar terdiri dari *Deluxe Room*, *Twin Room*, *Executive King*, *Executive Twin* dan *Junior Suite Room*. Lokasinya yang strategis yakni berada di pusat kota Yogyakarta dan bersebelahan dengan Galeria Mall menjadi daya tarik tersendiri bagi hotel ini. Namun di lokasi tersebut terdapat juga hotel-hotel lain yang jaraknya hanya sekitar 500 meter salah satunya Amaris Hotel yang selalu bersaing untuk merebut minat konsumen untuk menggunakan jasa mereka. Berdasarkan uraian diatas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh kualitas layanan, yang dituangkan dalam skripsi dengan judul

Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di H Boutique Hotel Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah :

Pokok permasalahan yang menjadi bahan penelitian dibatasi sebagai berikut : Bagaimana ” Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di H Boutique Hotel Yogyakarta” (Studi Kasus : tamu yang menginap di H Boutique Hotel Yogyakarta)

Didalam penelitian ini, dibuat rumusan masalah sebagai focus penelitian sebagai berikut :

1. Apakah kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen di H Boutique Hotel Yogyakarta?
2. Apakah dimensi kualitas layanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen di H Boutique Hotel Yogyakarta?

1.3 Tujuan Penelitian :

Tujuan dari penelitian ini

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di H Boutique Hotel Yogyakarta
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen di H Boutique Hotel Yogyakarta

1.4 Manfaat Penelitian :

Penulis berharap agar penelitian yang dilakukan ini dapat berguna bagi berbagai pihak, yaitu bagi penulis sendiri, Universitas Kristen Duta Wacana, dan bagi produsen hotel yang di teliti. Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini antara lain :

1. Manfaat bagi peneliti :

Penelitian ini semakin menambah wawasan tentang realitas bisnis yang ada, sehingga dapat mengerti penerapan teori yang didapat dengan keadaan sesungguhnya di perusahaan.

2. Manfaat bagi perusahaan :

Perusahaan mampu mengerti dan mengetahui apa yang menjadi kebutuhan serta keinginan para pelanggan H Boutique Hotel sehingga perusahaan dapat lebih meningkatkan kualitas dan pelayanannya.

3. Manfaat bagi Universitas Kristen Duta Wacana :

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran dan masukan yang berguna khususnya bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

1.4.1 Secara Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat mendukung semua mata kuliah dalam bidang Manajemen Pemasaran sehingga dapat mendukung proses pengembangan kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen.

1.4.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan atau saran yang bermanfaat bagi H Boutique Hotel Yogyakarta.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pada Bab IV maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di H Boutique hotel Yogyakarta
2. Berdasarkan dimensi kualitas layanan hanya *responsiveness* dan *emphaty* yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di H Boutique hotel Yogyakarta

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan bahwa hanya *responsiveness* dan *emphaty* yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di H Boutique hotel Yogyakarta maka ada beberapa saran yang dapat penulis berikan pada perusahaan. Mengingat bahwa dalam penelitian terdapat 2 varriabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut maka untuk *tangible*, *realibility* dan *assurance* dari H Boutique hotel harus ditingkatkan.

Untuk *tangible* berdasarkan observasi, penataan ruang tunggu perlu dilakukan perubahan atau variasi agar konsumen dalam menunggu merasa nyaman dan perlu adanya sebuah audio (*sound system*) yang memutar music sehingga konsumen tidak merasa bosan karena audio (*sound system*) hanya terdapat pada restoran dari H Boutique Hotel.

Untuk *realibility* H Boutique hotel diharapkan untuk memperbaiki kualitas pelayanan yaitu karyawan harus mampu memberikan informasi pelayanan secara akurat. Artinya responden belum mendapatkan pelayanan yang handal oleh karyawan H Boutique hotel. Kondisi demikian harus didukung oleh adanya perhatian yang serius, pelayanan yang memuaskan dan pelayanan yang tidak berbelit-belit.

Dan untuk *assurance* H Boutique hotel dapat mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah dimilikinya saat ini. Dengan kualitas pelayanan yang baik maka konsumen akan puas saat menginap sehingga dapat meningkatkan citra positif di mata konsumen dan pada akhirnya akan tercipta kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian, Payne. 2000. **Pemasaran Jasa, The Essence Of Service Marketing**. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Augusty Ferdinand. 2006. **Metode Penelitian Manajemen : Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi, Tesis, dan Disertasi Ilmu Manajemen**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Asep M.Ramdan. 2008 Oktober 22. “**Hubungan Kualitas Jasa dan kepuasan Konsumen**”. (<http://asep-m-ramdan.blogspot.com>).
- Asubonteng, P., McCleaty, K.J. & Swan, J.E. 1996. **SERVQUAL Revisited: A Critical Review Of Service Quality**. Journal of Service Marketing, 10(6), 62-81.
- Atmawati dan Wahyudin. 2004. “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departemen Store di Solo Grand Mall**”, Tesis, Program Pasca Sarjana UMS, Surakarta.
- Aviliani, R dan Wilfridus, L. 1997. “**Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan**”. Usahawan, No.5
- Cooper dan Kleinschmidt. 1987. **Journal of Product Innovation Management**.
- Dotchin, J.A. & Oakland, J.S. (1994a). **Total Quality Management In Services. Part 1: Understanding And Classifying Services**. International Journal of Quality & Reliability Management, 11(3), 9-26.
- Fathoni Azis dan Dewi Rachmawati Rahayu. 2017. **Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Hotel (studi kasus pada hotel Gumaya di Semarang)**. Fakultas Ekonomika & Bisnis Universitas Pandanaran. Semarang
- Freddy Rangkuti. 2002. **Measuring Customer Satisfaction** (cetakan ketiga). Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Garvin, D.A. (1987). **Competing On The Eight Dimensions Of Quality**. Harvard Business Review, 65(Nov-Dec),101-109.
- Ghozali, Imam. 2005. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS**. Semarang :Penerbit UNDIP.

- Hardiyati Ratih. 2010. **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran**. Universitas Diponegoro. Semarang
- Kambuno Jordan. 2017. **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Dealer Indojoya Suzuki Jombor**. Universitas Kristen Duta Wacana. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 1995. **Management Pemasaran Analisa, Implementasi dan Kegunaan**. Jakarta : PrenHallindo
- Kotler, Philip dan A.B Susanto. 2000. **Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasi dan pengendalian** (Edisi pertama). Jakarta: Salemba Empat.
- , 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia** (Buku 2). Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2002. **Manajemen Pemasaran** (Edisi Milenium). Jakarta: PT Prenhalindo.
- Kotler, Philip. 2005. **Manajemen Pemasaran**. (Jilid 1 dan 2). Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Kusumawati Andriani, Srikandi Kumadji dan Selvi Normalasari. 2013. “**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. (survey pada tamu pelanggan yang menginap di hotel Pelangi Malang)**”. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB) | Vol. 6 No. 2 Desember 2013
- Leedy, Paul D. 1997. **Practical Research: Planning and Design. Sixth Edition. Prectice Hall, Upper Saddle River, New Jersey**. Chapter 4: “The Review of the Related Literature”
- Lewis, B.R. & Mitchell, V.W. (1990). **Defining And Measuring The Quality Of Customer Service**. Marketing Intelligence & Planning, 8(6), 11-17.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta : PT. Salemba Empat.
- Margono. 2000. **Metodologi Penelitian Pendidikan**. Jakarta: Rineka Cipta
- Mulahela, Diyak. 1998

- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L. (1985). **A Conceptual Model Of Service Quality And Its Implications For Future Research**. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.
- Rangkuti, Freddy 2002. **Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP**. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2004. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung: ALFABETA.
- , 2007. **Statistika Untuk Penelitian**. Bandung: ALFABETA.
- , 2012. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Sunarto. 2003. **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta : AMUS Jogjakarta dan CV Ngeksigondo Utama.
- Tjiptono, Fandy 1997. **Strategi Pemasaran** (Edisi II). Yogyakarta: Penerbit Andi.
- , 2000. **Manajemen Jasa**. (Edisi II). Yogyakarta: Penerbit Andi
- , 2004. **Pemasaran Jasa**. Malang: Bayumedia.
- dan Gregorius Chandra. 2005. **Service Quality Satisfaction**. Yogyakarta : Penerbit Andi.102
- Tse dan Wilton. 1998. **Kepuasan Pelanggan**, Jilid 2. Edisi ketiga. Klaten : PT. Indeks Kelompok Gramedia
- Wati Indah. 2010. **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Hotel Dana Solo”**. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Wilkie, W.L. 1990. **Customer Behavior**, Edisi Kedua. John Wiley & Sons, Inc. New York
- Wisniewski, Mik. 2001. **A Study Of Service Quality On Banks With Serqual Model**, SIES Journal of management. Vol.7 (1) : 35 - 45
- Yulisha Anggun Widayari. 2006. **“Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Graha Santika Semarang”**., STIKUBANK. Semarang.
- <http://www.jogjatribunnews.com> diakses 20 Desember 2017
- <http://www.wikipedia.com> diakses 20 Desember 2017