

# SKRIPSI

*Dozen Buyung Candra Wijaya*

## ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI HOTEL BANDUNG PERMAI JEMBER



No. INDUK	0110/03
TGL TERIMA	10-02-2002
No. BUKU	FE-m Wij ab-1
P. KE	1 (satu)

FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA  
SURABAYA  
2001

ANALISIS PERSEPSI KONSUMEN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN DI  
HOTEL BANDUNG PERMAI JEMBER

SKRIPSI

diajukan kepada

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

untuk memenuhi sebagian persyaratan

memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Bidang Studi Manajemen

OLEH

DOZEN BUYUNG CANDRA WIJAYA

3103096169

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

SURABAYA

2001

## KATA PENGANTAR

Puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yesus Kristus atas segala berkat dan karuniaNya, sehingga penulisan skripsi ini dapat diselesaikan.

Usaha penulisan skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik dan lancar tanpa adanya kerja sama dan bantuan dari pihak lain, karena itu pada kesempatan ini ingin menyampaikan rasa terima kasih atas segala bantuan dan dorongan moril yang telah diberikan sehingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan, kepada:

1. Bapak Simon Hariyanto, Drs. Ak., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Ibu Christina Widya Utami, Dra. Ec. MM., selaku Kajar Akuntansi Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Ibu Ch. Esti Susanti, Dra. Ec. MSi., selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberi pengarah dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
4. Bapak Siprianus Salvator Sina, SE. MM., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu untuk membimbing, memberi pengarah dan petunjuk kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Widya Mandala yang telah membantu selama perkuliahan dan memberi pengetahuan kepada penulis.

6. Bapak Ongko Harjo dan Bapak Edy Lumanto beserta keluarga (pemilik dan pimpinan Bandung Permai Hotel) yang telah memberikan ijin untuk melakukan survei di Hotel Bandung Permai, Jember)
7. Seluruh pimpinan dan staff Hotel Bandung Permai, Jember khususnya Bapak Andyk Sunarto selaku General Manager yang telah mengizinkan dan membantu memberikan data berkenaan dengan skripsi ini.
8. Papa, Mama, dan adik penulis yang selalu memberikan nasihat, dorongan, semangat dan kasih sayang serta bantuan-bantuan lain yang sangat berharga dan bantuan secara materi kepada penulis.
9. Semua teman dan sahabat penulis selama kuliah di Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah banyak memberikan perhatian dan bantuan selama masa studi penulis.
10. Para karyawan Tata Usaha Fakultas Ekonomi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
11. Segenap staff perpustakaan Universitas Katolik Widya Mandala yang telah membantu selama ini.
12. Pihak-pihak lain yang telah membantu penyusunan skripsi ini.

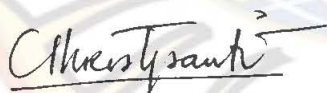
Penulis sadar sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, tidak lupa penulis mohon maaf apabila terdapat hal-hal yang kurang berkenaan dalam skripsi ini. Besar harapan penulis agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak. Terima kasih.

Surabaya, Februari 2001

Penulis

## LEMBAR PERSETUJUAN

Naskah SKRIPSI berjudul Analisis Persepsi Konsumen terhadap kualitas pelayanan di Hotel Bandung Permai Jember, yang ditulis oleh Dozen Buyung Candra Wijaya telah disetujui dan diterima untuk diajukan ke Tim Penguji.



*Christina Esti Susanti*

Pembimbing I : Dra. Ec. Christina Esti Susanti, Msi



Pembimbing II : Siprianus Salvator Sina, S.E., MM.



LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh : Dozen Buyung Candra Wijaya NRP 3103096169

Telah disetujui pada tanggal 20-8-2001 Dan dinyatakan LULUS oleh

Ketua Tim Penguji:



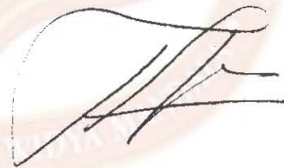
.....  
Drs.Ec. Herman Budi Sasono, MM

Dekan,



.....  
Drs. Simon Hariyanto, Ak.

Ketua Jurusan,



.....  
Drs. Ec. N Agus Sunaryanto, MM



## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
DAFTAR ISI .....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
DAFTAR ABSTRAKSI.....	viii
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Sistematika Skripsi.....	4
BAB 2 : TINJAUAN PUSTAKA .....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Arti dan Fungsi Manajemen .....	8
2.2.2 Pengertian Jasa.....	9
2.2.3 Perkembangan Bisnis Jasa .....	12
2.2.4 Konsep Strategi Pemasaran .....	12
2.2.5 Pemasaran Hotel .....	16

2.2.6 Persepsi Konsumen.....	18
2.2.7 Kepuasan Konsumen .....	19
2.2.8 Pelayanan.....	25
2.2.8.1 Kualitas pelayanan.....	25
2.2.8.2 Keramahmataman.....	26
2.3 Hipotesis.....	30
BAB 3 : METODOLOGI PENELITIAN .....	31
3.1 Identifikasi Variabel .....	31
3.2 Definisi Operasional .....	31
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	32
3.4 Pengukuran Data .....	33
3.5 Alat dan Metode Pengumpulan Data .....	34
3.6 Populasi, Sampel dan Teknik Pengambilan Sampel .....	35
3.7 Teknik Analisis Data .....	35
BAB 4 : ANALISIS DAN PEMBAHASAN .....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	37
4.2 Deskripsi Data .....	39
4.3 Analisis Data .....	40
4.4 Pembahasan .....	45
BAB 5 : SIMPULAN DAN SARAN .....	50
5.1 Simpulan .....	50



5.2 Saran.....	52
5.2.1 Saran Bagi Perusahaan .....	52
DAFTAR PUSTAKA.....	62



## DAFTAR TABEL

## HALAMAN

Tabel 2.1 Persamaan dan Perbedaan Peneliti Terdahulu dan Peneliti Yang akan datang .....	hal 7
Tabel 2.2 Perbedaan Pelayanan.....	hal 11
Tabel 2.3 Klasifikasi Kepuasan Pelanggan.....	hal 21
Tabel 2.4 Perbedaan Strategi Pangsa Pasar dan Kepuasan Pelanggan.....	hal 24
Tabel 3.4 Tabel Interpretasi melalui rata-rata mean	hal 34
Tabel 4.1 Jumlah Lantai dan Jumlah Kamar Pada Setiap Lantai.....	hal 37
Tabel 4.1.2 Type Kamar dan Jumlah Kamar.....	hal 38
Tabel 4.1.3 Jumlah Tenaga Kerja Hotel Bandung Permai Jember.....	hal 38
Tabel 4.1.4 Tingkat Hunian Hotel Bandung Permai.....	hal 39
Tabel 4.3.1 Asal Usul Responden .....	hal 40
Tabel 4.3.2 Persepsi responden tentang Service,Informasi,Akomodasi.....	hal 41
Tabel 4.3.3 Persepsi responden tentang How condition dan Fasilitas.....	hal 42
Tabel 4.3.4 Persepsi responden tentang Kehandalan.....	hal 43
Tabel 4.3.5 Persepsi responden tentang Responsive (daya tanggap) .....	hal 43
Tabel 4.3.6 Persepsi responden tentang Insurance (jaminan) .....	hal 44
Tabel 4.3.7 Persepsi Konsumen tentang Empati .....	hal 44
Tabel 4.3.8 koefisien korelasi dan Signifikan.....	hal 44



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Hasil Penilaian Konsumen Untuk Atribut

Lampiran 3 Frekuensi dan Persentil

Lampiran 4 Koefisien Korelasi Kendall's

## ABSTRAKSI

Pada prinsipnya hotel adalah salah satu bentuk perdagangan jasa. Sebagai industri jasa setiap perusahaan hotel akan memberikan pelayanan yang maksimal bagi para tamu dan pelanggannya. Tiap hotel, motel atau berbagai bentuk penginapan lainnya akan berusaha memberikan nilai tambah yang berbeda terhadap produk dan jasa, serta pelayanan yang diberikan kepada tamu dan pelanggannya. Nilai tambah tersebut yang membuat suatu hotel berbeda dari yang lainnya, yang akhirnya menyebabkan mengapa orang punya alasan tersendiri memilih suatu hotel dibandingkan dengan hotel lainnya. Tujuan penelitian yang hendak dicapai adalah: (1). Untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan Hotel Bandung Permai di Jember, (2). Untuk mengetahui atribut kualitas pelayanan yang mempunyai nilai dominan

Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung Hotel Bandung Permai di Jember dengan usia 21 tahun sampai dengan 60 tahun. Peneliti menggunakan teknik sampling nonprobability sampling terutama menggunakan sampling aksidental. Penentuan sample berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja (pelanggan Hotel Bandung Permai yang kebetulan bertemu dengan peneliti mulai tanggal 1 November 2000 sampai dengan 31 Desember 2000. Alat analisis yang dipergunakan oleh peneliti adalah Rata-rata, Standar Deviasi, koefisien korelasi

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa : (1) Total rata-rata Service 4.572, Total rata-rata Informasi 4.366, Total rata-rata Akomodasi 4.354, Total rata-rata How Condition 4.525, Total rata-rata fasilitas 4.323, Total rata-rata Keandalan 3.676, Total rata-rata Responsive 3.814, Total rata-rata Insurance 3.9743 dan Total rata-rata Empati 4.123.



Jadi interpretasi pelanggan sangat baik tentang Service dan How condition.

Saran bagi perusahaan yaitu

1. meningkatkan aspek-aspek pelayanan yaitu

(a)Tangible,(b) Keandalan,(c) Daya tanggap, (d) Jaminan dan (e) Empati sehingga dapat memberikan kepuasan yang lebih tinggi kepada pelanggan.,

2. Mengantisipasi persaingan dengan menawarkan fasilitas dan pelayanan yang lebih baik.

